商店建築

7
2019

SHOTENKENCHIKU MONTHLY MAGAZINE OF STORE DESIGN/INTERIOR/ARCHITECTURE 2019 Vol.64 No.07

Special Feature

場所と対話し、地域に根差す

スモールホテル

Feature Article

人が集いたくなる「現代のサロン」
ヘアサロン&ビューティーサロン

New shop & Environment

無印良品+MUJI HOTEL GINZA

Report

ミラノ・デザイン・ウィーク2019

シャープな横ラインでどんなショップにも調和する

4点ダボ展開より進化した「安全性が高く美しい」陳列ステージを!

既存のダボの上から設置OK

既存の埋め込みダボを使って取り付けできるから作業効率も削減可能。

4点ダボに比べ安定性が向上

従来のダボ仕様に比べ、全面でガラスを受けるため、横ズレによる棚の落下を抑制。

既存の埋め込みダボへ設置OK!しかも簡単に設置できる

1 インローダボを取り付ける

2 本体をスライドして取り付ける

3 キャップを取り付ける

ラインでしっかり支えるから
ガラスの横ズレを抑えます!

SA-M1515

セイルアーム

\動画で確認/

使用上のご注意

●設計段階よりさまざまな安全性の検証を実施しそのデータをもとに商品化しております。●耐荷重実験を行ない安全性を確立していますが、過剰に載せると破壊しますのでご注意ください。セイルアーム2本(1棚)につき36kgまででご使用ください●強度確保のため、取付箇所には下地(芯材)が必要となります●その他安全にご使用になるためカタログに記載の注意事項を守り正しい使用法でご使用ください。

環境への取り組み

地球環境の保全に対し環境へ悪影響をもたらすSOC10物質規制への取り組みを加速させ安心で安全な「グリーン商品」を広げていきます

株式会社ロイヤル

www.royal-co.net

【本社】 〒577-0012 大阪府東大阪市長田東 1-4-15
TEL:(06)6789-1234 FAX:(06)6789-1231

【東京】 〒130-0023 東京都墨田区立川 3-6-8
TEL:(03)3634-6180 FAX:(03)3635-5766

〔資料請求番号 502〕

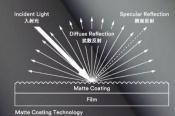
“Matte Series” New Products

+11 Colors

July 2019 Release

あらゆる素材感を表現することができる3M™ ダイノック™ フィルム。無光沢で深みのあるスーパーマット仕上げのソリッドカラー新色11点を加え、トータル1000点を超える色柄数をご用意しました。無垢な表情を持つドライウッド、工業的かつ有機的なインダストリアルテクスチャーなど、3M独自の特殊技術により実現された高機能マットシリーズは全部で96点。従来のマット仕上げ素材では実現できなかった低反射・耐指紋性能により、デザインの可能性をさらに広げていきます。
もっとデザインを、自由に ― ダイノック™ フィルム

Anti-fingerprint
耐指紋性

Matte Coating Technology

カタログ・カットサンプルのご請求は、WEBで。

WEB ダイノック

http://www.mmm.co.jp/cmd/dinoc/

16時までのご依頼分は、当日出荷します。

スリーエム ジャパン株式会社
グラフィックス＆アーキテクチュラルマーケット事業部
http://www.mmm.co.jp/cmd/

〔資料請求番号 003〕

第49回 店舗総合見本市

JAPAN SHOP 2020

西ホール

LED NEXT STAGE 2020

共催：特定非営利活動法人 LED照明推進協議会（JLEDS）

西ホール

第26回 建築・建材展2020

南ホール

2020.3.3（火）——6（金）

東京ビッグサイト

主催｜日本経済新聞社

出展者募集中

詳細・出展のお申込はこちら

https://messe.nikkei.co.jp/

申込締切日：2019年10月15日（火）

お問い合わせ先｜日本経済新聞社 イベント・企画ユニット 事業部 TEL：03-6256-7355 Eメール：exhibit@shopbiz.jp

〔資料請求番号 005〕

第3回サンゲツ壁紙デザインアワード　募集期間：2019年7月1日(月)～9月27日(金)迄　テーマ：Joy of Design
大賞1点　100万円　優秀賞1点　50万円　入賞3点　各20万円
審査員：谷山直義（クリエイティブディレクター）　植原亮輔（アートディレクター）
安東陽子（テキスタイルデザイナー）　安田正介（株式会社サンゲツ代表取締役）
sangetsu
ENTRY PERIOD：2019.7.1 MON－9.27 FRI
THEME：Joy of Design
Grand Prize：¥1,000,000　Award for Excellence：¥500,000
Honorable Mention：¥200,000
Judges：
Nao Taniyama <Creative Director>
Ryosuke Uehara <Art Director>
Yoko Ando <Textile Designer>
Shosuke Yasuda <CEO of Sangetsu Corporation>
SANGETSU
WALLPAPER
DESIGN
AWARDS
2019
SWDA
SWDA
SWDA

〔資料請求番号 006〕

ティーピースクエア

“TB- SQUARE” は、タカラベルモントが大阪と東京で展開する、
プロフェッショナル・ビューティの情報発信地です。

“salon roomimg”

一人一人のお客様に合わせて、空間・時間・コミュニケーションを最適にした状態でお迎えすること。
周りを気にせず、「自分だけのサービス」をお楽しみいただける “ **me time** ” 今のお客様が求めるサロンのあり方です。
消費者の声から生まれた“モデルサロン”型のリアル展示を体感してください。

Semi-Private room
お客様の居心地とスタッフの作業性を両立した「半個室」で
“One to One”サービスの提案。

IKIMEN room
男心をくすぐるセンスと快適空間で期待度アップ。
プライバシーに配慮された施術スペース。

Private risort room
贅沢な空間と癒しに特化した機器で
日々の疲れをデトックス&リチャージ。

Private beauty room
お客様のプライバシーや寛ぎを最大限に配慮した
「個室」。とことんリラックス出来る空間提案。

“salon roomimg” は、大阪・東京の各ティーピースクエアで体験いただけます。

TB-SQUARE osaka

〒542-0082 大阪市中央区島之内2-13-22
0120-767735 FAX:06-7636-2521
https://www.tb-net.jp/tb-square/osaka/
営業時間 / 9:00～17:30
休 館 日 / 土·日曜日、祝日及び夏期休暇期間・年末年始
※月曜の祝日は開館しております。

TB-SQUARE tokyo

〒151-0053 東京都渋谷区代々木 1-56-4 美容会館内
0120-449114 FAX:03-3379-2308
https://www.tb-net.jp/tb-square/tokyo/
営業時間 / 9:00～17:30
休 館 日 / 土·日曜日、祝日及び夏期休暇期間・年末年始
※月曜・火曜の祝日は開館しております。

〔資料請求番号 008〕

マネージャー様ちょっとお耳を!! シリーズ その⑤　**NOATEK**®

ノアのLED照明

この薄さがデザインの領域を様々に拡げる!

棚板用LED照明　N-LED1805 埋込型　／LED色約5000K白色

12㎜のルーター穴に取付可能な極薄型。棚板やクローゼットに!

取付らくらく ワンタッチ方式!

2㎜　36㎜　3㎜　16㎜　140㎜

コード 3m　600㎜

クローゼットなどに

取付イメージ

定格電圧	AC100V 50/60Hz
消費電力	1W
カラー	本体・コード／黒
コード種類	VFFコード0.6m・PCコネクター付
特長	白色LED・本体厚10mm

取付ルーター穴参考寸法

奥行36㎜　12㎜　130㎜

ルーター穴薄さ 12㎜

LED照明　N-LED2015ND埋込型　／電球色LED18灯　N-LED2015NC埋込型　／白色LED18灯

ツバの厚み極薄の0.7㎜。
シンプルなLED小型ダウンライト!

取付らくらく ワンタッチ方式!

コード 3m

定格電圧	AC100V 50/60Hz	色温度	ND:2700K付近(電球色)
消費電力	1.2W		NC:5700K付近(白色)
取付	ワンタッチ	直下照度	ND:280lx(30cm直下)
コード長	150mm 先端PC付		NC:300lx(30cm直下)
LED数	18灯	特長	小型ダウンライト
LED寿命	30000時間		ツバの厚み0.7mm
LED照射角	120°		

点灯イメージ

Φ72㎜

取付穴参考寸法

Φ55㎜　板厚5㎜以上　22㎜　0.7㎜

LED照明　N-LED2018埋込型　／電球色LED15灯

用途いろいろ。ランプ交換も手軽にできるベーシックなLEDダウンライト!

コード 3m

定格電圧	AC100V 50/60Hz	LED寿命	40000時間
消費電力	1W	LED照射角	120°
取付	ネジ取付	色温度	3000K付近(電球色)
コード長	150mm 先端PC付	直下照度	250lx(30cm直下)
LED数	15灯	特長	ランプ交換可能な LEDダウンライト

50㎜　78㎜

取付穴参考寸法

62.6㎜　Φ55㎜　ネジ取付位置

18㎜　23.5㎜　35㎜

〒411-0907 静岡県駿東郡清水町伏見209-1　www.noatek.co.jp

お問い合せ先　お電話で 055-991-5500　メールで info@noatek.co.jp

内装用 装飾材植毛加工

パイルメント

パイル材を植毛加工することによって、ベルベットのような肌触りの装飾材が出来上がります！

詳細はWebでご覧いただけます。

「パイルメント」は、高級パイル材をみはしのモールディングや化粧柱などに静電植毛する加工です。対象となるのは、木製品・合成樹脂製品・不燃製品・金属製品（一部製品を除く）と幅広く、パイル材を装飾材の表面に加工することで、柔らかで高級感のある製品になります。また、装飾効果・保温効果・遮光性・クッション性などの効果をもたらします。

スカイブルー　シルバーグレー　コーラルオレンジ　ネービーブルー　ボルドーレッド

植毛加工工程イメージ

①基材の準備　②接着剤塗布　③静電植毛　④乾燥　⑤余剰パイル除去　⑥完成

みはし株式会社
〒351-0101 埼玉県和光市白子3-26-43
TEL 048-464-0384　FAX 048-466-1034

https://www.mihasi.co.jp

パイルメント 🔍

TEL 0120-070-384
※携帯電話不可

[資料請求番号013]

ショールームがリニューアルオープンしました！

東京ショールーム　本館 2F

東京ショールーム

〒150-0001
東京都渋谷区神宮前 4-32-14

交通

●JR山手線 原宿駅　徒歩7分
●地下鉄千代田線・副都心線
明治神宮前（原宿）駅
5番出口　徒歩3分

本館

階	内容
4F	ボロン・フロアジャンボタイル ビニル床・フローリング・新建材
3F	大理石・みかげ石・壁用石材 ブリック＆ストーン
2F	床壁タイル・モザイクタイル
1F	受付・キッチン・SICIS（モザイク）
1F	キッチン・住宅セレクション 暖炉・薪ストーブ

アクア館

階	内容
4F	コンパクトキッチン・水栓 シャワーセット・洗面
3F	GESSI（イタリア製水栓）
2F	NOBILI（イタリア製水栓） 洗面セット
1F	GESSI（イタリア製水栓） SICIS（モザイク）

キッチン館

階	内容
3F	キッチン
2F	キッチン
1F	キッチン

〔資料請求番号 015〕

DECK'S
wood
ハンドスクレイプ加工
15mm
無 垢
左: DECK'S DECK HS Ormosia Solid (UVMat) T:15mm × W:120mm × Random
中: DECK'S DECK HS Ormosia Solid (Gray Tone) T:15mm × W:120mm × Random
右: DECK'S DECK HS Teak Solid (UVMat) T:15mm × W:127mm × Random

資料のご請求は挟み込みの専用ハガキか当社HPをご利用ください。

資料のご請求は挟み込みの専用ハガキか当社HPをご利用ください。

AD INDEX

July, 2019

広告情報／ご照会のせつは広告頁内に掲載している資料請求番号をご確認の上、とじ込みの資料請求カード（ハガキ）でご請求下さい

製品別

内・外装材

ウッドワン／KITOIRO………… 2
アドヴァン／ショールーム 14～15
イビケン／IBIBOARD×REATEC ……………………………… 33
エバーウォールジェーピートレーディング／ダイアトーマス ……… 20
渋谷／古材 …………………245
スリーエム ジャパン／ ダイノックフィルムほか …………………… 3
竹定商店／ORDER MADE BAMBOO … 21
竹村工業／レノウッド／ポリッシュボード …………………………218
ナニックジャパン／ウッドブラインドほか ………………………… 36
Bb Wood Japan／リズムウッド ……………………………… 24
北三／ツキ板…………………220
みはし／パイルメント ……… 13

床材

望造／DECK'S DECK wood flooring ………………… 16～17

装飾ガラス

がらすらんど／がらすらんど ……………………………… 12

装飾材・造形物

タニハタ／組子欄間………… 25
パネフリ工業／木口化粧材 18
プラン21コーポレーション／ アート・デコール ……………… 22

ファニチャー

MML／HORIZON …………… 7
キノシタ／abord …………… 23
セイアローズ／ファニチュア 10
パブリック／CRES ………… 9

照明器具

稲葉電機／ 化粧鏡 デザイン照明 ………………………………245
ウシオライティング／SPOT LIGHT TUTU…… 表2対向
英光ライティング／照明器具 ……………………………… 24
FKK／FLARE LINE SERIES… 5
カラーキネティクス・ジャパン／照明設計……………………… 表4
GLORY／ELPHOS LED …… 表3
ノア／LED照明 …………… 11

空調・換気設備

ダイキン工業／OUTER TOWER ……………………………… 27

ディスプレイ器具

イチオカ／Hybrid Panel … 19
店研創意／ストア・エキスプレス ……………………………… 22
ロイヤル／SA-M1515 …… 表2

パーティション

ナイテックス／Design Panel ee ……………………………… 25

店舗設備

棚橋工業／RECO CART…… 28

店舗設計施工

タカラベルモント／TB-SQUARE ……………………………… 8

プレゼンテーションツール

意匠計画／カラーパース ……245

告知

サンゲツ／サンゲツ壁紙デザインアワード ………………………… 6
全国木材組合連合会／JAS構造材利用促進………………………219
日本経済新聞社／ジャパンショップ ……………………………… 4
発研セイコー／デザインコンペ ……………………………… 34

商店建築社出版案内 237～244

会社別

ア

アドヴァン ……………… 14～15
意匠計画……………………… 245
イチオカ……………………………19
稲葉電機………………………… 245
イビケン…………………………… 33
ウシオライティング ………… 表2対向
ウッドワン ………………………… 2
英光ライティング ……………… 24
エバーウォールジェーピートレーディング ……………………………… 20
FKK……………………………… 5
MML ……………………………… 7

カ

カラーキネティクス・ジャパン……… 表4
がらすらんど ……………………12
キノシタ…………………………… 23
GLORY …………………………表3

サ

サンゲツ…………………………… 6
渋谷…………………………………245
スリーエム ジャパン ……………… 3
セイアローズ………………………10
全国木材組合連合会 …………… 219

タ

ダイキン工業………………………27
タカラベルモント………………… 8
竹定商店……………………………21
竹村工業…………………………218
棚橋工業…………………………… 28
タニハタ…………………………… 25
店研創意 ………………………… 22

ナ

ナイテックス ……………………… 25
ナニックジャパン ………………… 36
日本経済新聞社…………………… 4
ノア…………………………………11

ハ

発研セイコー……………………… 34
パネフリ工業………………………18
パブリック ………………………… 9
Bb Wood Japan ………………… 24
プラン21コーポレーション ……… 22
望造…………………………… 16～17
北三………………………………220

マ

みはし……………………………… 13

ラ

ロイヤル…………………………表2

July 2019, SUMMARY

MUJI GINZA / MUJI HOTEL GINZA
(Page 50)
World-flagship MUJI GINZA was completed in a building from the basement to the sixth floor, offering store, dinner, and gallery. The design concept is "connecting with people and city" and it emphasizes the dining. The ground floor, the entrance, has a bakery and a juice bar, which can be accessed cheerfully like a park in the neighborhood.
MUJI HOTEL GINZA is composed of the reception, lounge, and restaurant WA on the sixth floor, and guest rooms from the seventh to the tenth floor. The guest room is at home with an everyday atmosphere, which is also traced in sales area of MUJI store.
Designer : SUPER POTATO, UDS

Hostel SUI, Kyoto Suiden-Ann
(Page 79)
Located in Nishijin, Kyoto, this hostel belongs to a cultural salon where students learn tea ceremony, ceramic art, etc. Upstairs, composed of fourteen capsules(sleeping unit), look city landscape. The architect eliminated stereotype accumulation of capsules not to make closed space. Here capsules are accumulated sterically to make spaces where people keep baggages or they interact one another. Using partitions or curtains, they can keep privacy. This "capsule hotel" is efficient for operator and comfortable for users.
Designer : ALPHAVILLE ARCHITECTS

Guest house Bokuyado Nishijin
(Page 85)
Located on Senbon-dori St. in Kyoto, this complex project has a cafe, three rooms for travelers, and the owner's residence, by remodeling existing wooden house. The existing ground floor was thinned and added an alley to introduce breeze and light and to make a place for people to gather, with visual consistency with the surroundings. Recycling existing materials of roofs and walls, new materials were used effectively, quoting something of the neighborhood. Visitors can feel at home and feel unusual in this unique complex.
Designer : td-Atelier + ENDO SHOJIRO DESIGN

IWAI OMOTESANDO
(Page 128)
Based upon a theme of "celebration for events marking the stage of our life, and everyone can feel themselves as leading role", this project was designed in Omotesando, Tokyo. It caters to marriage ceremony, offering, and party. The emphasis of the environmental design is not on formality but on celebration. A 20m long approach to the building uplift visitors' spirits, away from the bustle of a big city. Interesting is a so-called a letter gallery where they exhibit letters from organizer to guests. People can think past and future through these experiences.

KITCHEN STUDIO SUIBA
(Page 142)
A newly built rental kitchen project in Kyobashi, Tokyo, for cockers and party people, also for users of showroom for consumer investigation. When you look at the building from the other side of the road, the volume of this building appears very small. So, the architect designed it from two directions based on the two different viewpoints, a close-range view and a distant view. As a result, a big sliding door was used on the front facade and two inner entrances with small doors were created inside the building, and the floor materials echoed to the outside road. Consequently, here born a transparent cool establishment.
Designer : Schemata Architects

TAKANO YURI BEAUTY CLINIC Tennoji Mio Plaza
(Page 162)
TAKANO YURI BEAUTY CLINIC is operating more than hundred aesthetic salons across the country. This new one in Tennoji Mio Plaza welcomes customers with vivid corporate red color, antiques and Oriental art pieces. A lounge beyond the reception is refurbished flamboyantly with the motifs of classiness and healing. The treatment rooms are all private and customers received superb treatments by a program for their mind and body. Also, intriguing, in terms of aesthetic, are a sauna with red rock salt, make-up booths, nailing booths.
Designer : ozi design works

FLUX
(Page 167)
As the name suggests, this beauty salon was designed lightly. The ceiling of the cutting area suspends hanging mirrors and both edges of the mirror blend with the space to be fused in the environment. All mirrors and partitions are 1,500mm high for salon staff to see around well. Two mirrors installed at a counseling area have wires with weight to change the angles of the mirrors. The mirrors look as if floating in the air by the soft lighting and whole environment gives us an unusual feeling.
Designer : SIDES CORE

MILANO DESIGN WEEK 2019
(Page 183)
Milano Design Week is the whole city design event centered on Milano International Furniture Fear which a lot of entrepreneurs participated as usual, and during period of time, various events and exhibitions were held here and there in the city, which created a huge crowd in the city.

CONTENTS

July 2019

NEW SHOP & ENVIRONMENT

新作

50 無印良品 銀座／ムジホテル 銀座
スーパーポテト UDS

67 ［記事］「感じ良いくらし」を提案し続ける
無印良品の取り組み
文◎編集部

SPECIAL FEATURE 1

特別企画／場所と対話し、地域に根差すスモールホテル

72 器
ツバメアーキテクツ＋津賀洋輔建築事務所

79 ホステル翠 京都粋伝庵離れ
アルファヴィル

85 ゲストハウス樸宿 西陣
多田正治アトリエ ＋ ENDO SHOJIRO DESIGN

90 ［記事］残すものと加えるもの
京都におけるリノベーション設計手法
文◎編集部

93 エムスリーホステル
アトリエ・ワン

100 タイニーズ 横浜日ノ出町
オフィス OTA

106 カフェテル 京都三条
森井良幸＋カフェ

111 イワシビル
トラス・アーキテクト 志賀建築設計室

116 ［記事］そこにあるものに再び価値を与える
イワシビルの挑戦
文◎編集部

118 ちゃぶだい ゲストハウス、カフェ＆バー
コト

124 ［記事］「仕組み」と「つくる過程」から始める
地域と観光をつなぐゲストハウスづくり
取材・文◎加藤 純

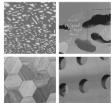
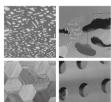
SPECIAL FEATURE 2

特集／人生の節目で、日常の中で、人が集いたくなる「現代のサロン空間」

128 イワイ 表参道
パドル

140 ［インタビュー］集まる人が主役になる、
祝う気持ちを彩る空間
パドル 加藤匡毅 × クレイジー 山川 咲
文◎編集部

142 キッチンスタジオ スイバ
スキーマ建築計画

146 志村電機珈琲焙煎所
ファン

FEATURE ARTICLE
業種特集／ヘアサロン&ビューティーサロン

152 コードプラスリム
カフナデザイン

156 シャウルデッサン
カフナデザイン

159 トゥクルプラスリム
カフナデザイン

162 たかの友梨ビューティクリニック
ミオプラザ館天王寺店
オジデザインワークス

167 フラックス
サイズコア

171 イマムラ
グラフ

175 ペルチェ
タカラスペースデザイン

179 ピグメント
タカラスペースデザイン

REPORT

183 ミラノ・デザイン・ウィーク2019
取材・文◎土田貴宏　米津誠太郎

FOCUS

221 清春芸術村ゲストハウス
新素材研究所

COLUMN & NEWS

35 NEW YORK◎春日淑子
まさに都市の中の都市……
世紀の地域再開発プロジェクト、ハドソンヤーズ

37 FASHION◎野田達哉
モードの“サスティナビリティー”を実現する
神田と新木場の二店舗

39 COMMUNITY DESIGN◎紫牟田伸子
「ローカルキャリア白書」から見える
地域社会で働くという選択肢の可能性

40 NEWS
トム・サックス「ティーセレモニー」

42 PRODUCT
バランコテーブル／インツリーテーブル

SERIAL

227 New Definition of Design デザインの新定義 95
文◎土田貴宏
Zanellato/Bortotto

228 Lighting in the Space 明かりのある情景 43
文◎米津誠太郎
Tolomeo Tavolo（1987）

229 デザインの根っこ 14
文◎編集部
松尾高弘

230 日本商空間デザイン史 7
文◎鈴木紀慶
1980～95　関西vol.1

232 東京ヤミ市建築史 マーケットとその起源を歩く 6
文◎石榑督和
新橋駅前ビル1号館・2号館
後編　歴史編②

234 CALENDAR & INFORMATION

236 FROM EDITORS

ADVERTISING

26 広告 Index

203 id,job 連動企画
「新卒・第 2 新卒向け企業プレゼンテーション」

209 広告企画「“木”大全」

246 PRODUCT INFORMATION

本誌に使用されている図面表記の略号

AC	空調機	Air Conditioner
BC	ボトルクーラー	Bottle Cooler
BS	ビールサーバー	Beer Server
BY	バックヤード	Backyard
CH	天井高さ	Ceiling Hight
CL	天井基準面	Ceiling Line
CR	クロークルーム	Cloak Room
COT	コールドテーブル	Cold Table
CT	カウンター	Counter
DCT	ディシャップカウンター	Dish up Counter
DD	ドリンクディスペンサー	Drink Dispenser
DS	ダクトスペース	Duct Space
DSP	ディスプレイスペース／	Display Space／
	ディスプレイステージ	Display Stage
DT	ディスプレイテーブル	Display Table
DW	ダムウエーター／リフト	Dumbwaiter／Lift
ES	エスカレーター	Escalator
EV	エレベーター	Elevator
F	冷凍庫	Freezer
FR	フィッティングルーム	Fitting Room
FL	フロアレベル	Floor Level
GAT	ガステーブル	Gas Table
GL	基準地盤面	Ground Level
GT	グリストラップ	Grease Trap
Hg	ハンガーラック	Hanger
IM	製氷器	Ice Maker
M	鏡	Mirror
M・WC	男子用便所	Men's Water Closet
PA	音響機器(室)	Public Address(Room)
PS	パイプシャフト	Pipe Shaft
PT	包装台	Package Table
R/RCT	レジスター／	Register, Cashier／
	レジカウンター	Cashier Counter
RF	冷蔵庫	Refrigerator
RFR	冷凍冷蔵庫	Freezer & Refrigerator
S	シンク	Sink
SC	ショーケース	Show Case
Sh	棚	Shelf
SP	スピーカー	Speaker
SPC	サンプルケース	Sample Case
ST	ステージ	Stage
SS	サービスステーション	Service Station
SW	ショーウインドー	Show Window
T	テーブル	Table
VM	自動販売機	Vending Machine
WT	作業台・調理台	Work Table, Worktop
W・WC	女子用便所	Women's Water Closet

本誌に使用されている材料仕様の略号

AEP	アクリルエマルションペイント	Acrylic Emulsion Paint
CB	コンクリートブロック	Concrete Block
CL	クリアラッカー	Clear Lacquer
DL	ダウンライト	Down light
EP	合成樹脂エマルションペイント	Emulsion Paint
FB	フラットバー	Flat Bar
FIX	はめ殺し	Fixed Fitting
FL	蛍光灯	Fluorescent Lamp
FRP	ガラス繊維強化プラスティック	Fiberglass Reinforced Plastic
HQI	高効率ランプ	Hight Quality Intensity Lamp
HL	ヘアライン仕上げ	Hair-line Finish
IL	白熱灯	Incandescent Light(Lamp)
JB	ジェットバーナー仕上げ	Jet Burner Finish
LED	発光ダイオード	Light Emitting Diode
LGS	軽量鉄骨	Light Gauge Steel
MDF	中密度繊維板	Medium Density Fiber Board
OP	オイルペイント	Oil Paint
OS	オイルステイン	Oil Stain
OSB	構造用合板／木片圧縮合板	Oriented Strand Board
PB	石膏ボード	Plaster Board, Gypsum Board
PL	プレート／平板	Plate
RC	鉄筋コンクリート	Reinforced Concrete
SOP	合成樹脂調合ペイント	Synthetic Oil Paint
SRC	鉄骨鉄筋コンクリート	Steel Framed Reinforced Concrete
ST	鉄	Steel
SUS	ステンレス	Stainless Steel
t	厚さ	Thickness
UC	ウレタンクリア仕上げ	Urethane Clear Finish
UCL	ウレタンクリアラッカー	Urethane Clear Lacquer
UL	ウレタンラッカー	Urethane Lacquer
UV	紫外線強化塗装	Ultraviolet Coat
VP	ビニルペイント	Vinyl Paint
W	木造	Wood
@	ピッチ	Pitch
φ	直径	Diameter

商店建築　第64巻7号
2019年7月1日　毎月1回1日発行
編集発行人／村上　桂
発行所／株式会社商店建築社©
本社／東京都新宿区西新宿7-5-3 斉藤ビル4階
〒160-0023
販売部・総務部　☎03(3363)5770㈹
広告部　☎03(3363)5760㈹
愛読者係　☎03(3363)5910㈹
編集部　☎03(3363)5740㈹
支社／大阪府大阪市中央区西心斎橋1-9-28
リーストラクチャー 西心斎橋　〒542-0086
☎06(6251)6523
E-mail　salesdpt@shotenkenchiku.com(販売)
info@shotenkenchiku.com(編集)
URL　http://www.shotenkenchiku.com
定価2,100円　本体1,944円
年間購読料／25,200円(税込み国内のみ)

STAFF
編集長／塩田健一
副編集長／車田　創
編集／玉木裕希　伊藤梨香　柴崎慎大
平田　悠
DTPデザイン／宇澤佑佳(SOY)
広告／三木亨寿　田村裕樹　岡野充宏
小杉匡弘　村上桂英
販売／工藤仁樹　山脇大輔
愛読者係／関根裕子
経理／村上琴里
支社／武村知秋(広告)

アート・ディレクション／ BOOTLEG
レイアウトデザイン／ BOOTLEG ＋ 宇澤佑佳

印刷／図書印刷株式会社

2019.7
Vol.64 No.7

表紙写真／エムスリーホステル(P.93)
撮影／森田大貴

HAKKEN

「セブンルクス」デザインコンペ

発研セイコーでは、3D 加工されたアクリル樹脂とLED 光源の組み合わせからなる、LED サイン「セブンルクス」を使って生み出される“これは！”と思うような独創的なアイデアを募集いたします

募集内容
LED サイン「セブンルクス」のデザイン

参加無料

公募期間
2019 年 6/1（土）〜 8/31（土）必着

賞金

最優秀賞	50 万円（1 名）
優秀賞	10 万円（3 名）
審査員特別賞	1 万円（3 名）

条件
・未発表のオリジナル作品に限る
・指定外サイズ外の作品は審査対象外となります

提出物
作品（A2 サイズ・横向き 1 枚に収めること・表現方法は自由）

参加方法
発研セイコーホームページ特設サイトよりエントリー後、
自動送信されるメールに作品を * テンプレートに添付の上、E-Mail にて送付
※デジタルの場合は、印刷に耐えられる解像度を確保すること
※審査はA2用紙に出力した状態で行われます
※データ容量が3MBを超える場合は、大容量転送サービスをご利用ください
*……公式ホームページよりダウンロード可能

詳細はこちら➡ http://www.hakkenseiko.jp/sevenlux_design

参加資格 設計・デザインの業務に携わる方

参加費 無料

結果発表
入賞者に個別に通知するほか、2019 年商店建築11月号誌上及び公式ホームページにて発表

著作権の扱い
入賞作品の著作権は応募者に帰属するが、その発表に関する権利は主催者が保有するものとする

審査員

川上 シュン氏
artless Inc. 代表

家所 亮二氏
家所亮二建築設計事務所 代表

塩田 健一氏
「月刊商店建築」編集長

久永 満勝
発研セイコー 代表

主催 発研セイコー **協賛** 商店建築社

お問い合わせ http://www.hakkenseiko.jp 発研セイコー click

〔資料請求番号 034〕

1. 地域再開発プロジェクト「ハドソンヤーズ」内につくられたモニュメント「ベッセル」。右手が開閉式の屋根を持つ「シェッド」、左手が高級百貨店「ニーマンマーカス」が入るショッピングモール「ザ・ショップ・アット・ハドソンヤーズ」 2. 7階建ての「ザ・ショップ・アット・ハドソンヤーズ」の上部3層に位置する「ニーマンマーカス」の5階エントランス 3.「ザ・ショップ・アット・ハドソンヤーズ」内に企画された、スパンコールに指で描く落書きウォール

まさに都市の中の都市……
世紀の地域再開発プロジェクト「ハドソンヤーズ」

春日淑子（ジャーナリスト）

2019年3月中旬、ニューヨーク市史上最大規模とされる地域再開発プロジェクト「ハドソンヤーズ」の東半分が完成した。ペン駅の車両基地の上に広がる28エーカーを計画地とし、レジデンスやオフィス、ホテル、学校、リテール、レストランが入る高層ビル16棟と、モニュメントや文化施設、公園などで構成。12年に着工し、25年に全区画を竣工する予定で、総工費は250億ドルに上る。完成の暁には、昼間人口が12万5000人、居住人口が5000人、ビジター人口が1日6万5000人と予想されるため、15年に地下鉄を延長して駅が新設された。職場や住居、観光、ショッピング、ダイニング、カルチャー、エンターテインメント、交通機関など、多彩なライフニーズを満たし、完結させる巨大アーバンコミュニティー。まさに「都市の中の都市」と評されるゆえんである。

人々を引きつける
アート＆カルチャー

今回、開業したエリアには、さまざまな高層オフィスビルや商業施設に加え、モニュメント「ベッセル」やアート＆カルチャーセンター「シェッド」が含まれる。

「ベッセル」は、英国人アーティストのトーマス・ヘザーウィックの作品で、鋼鉄とコンクリート製の階段を蜂の巣状に組み立てた巨大建造物。ビジターが自由に昇降して、ハドソン川や対岸のニュージャージー州、周辺の近未来的高層ビル群の眺めを堪能できる。2億ドルという建設費に当初は反対もあったというが、今は朝早くから列ができる程の人気で、ハドソンヤーズを一大観光名所として位置付ける大きな要因となっている。一方、「シェッド」は、8層の空間にギャラリーや演劇、ダンス、コンサートなど幅広いイベントが企画され、強力な集客要因を形成している。

縦型ラグジュアリー
モールと飲食施設

最も注目すべきショッピングモール「ザ・ショップ・アット・ハドソンヤーズ」には、7層のうち下部4層にリテーラー100店あまりと飲食店25店程が、上部3層にアンカーとしてデパートが入る。都市型多層モールの典型的構成ではあるが、そのアンカーを担うのは、全米随一の高級百貨店「ニーマンマーカス」。ニーマンマーカスにとって、高所得者層が集まるマンハッタンへの進出は長年の念願であり、市民もその登場を待ち焦がれてきた。実は今年の1月、ダウンタウンの商業施設「ブルックスフィールドモール」内の百貨店「サックス」がわずか2年で撤退し、デパート・アンカー形態に影を落とした感もある。しかしここでは、ニーマンマーカス程のプレステージがあれば、モール全体のラグジュアリー感を決定的にすると共に、集客を強力にけん引すること間違いなしと期待されているようだ。リテーラーには、「カルティエ」「ディオール」「ダンヒル」「ロレックス」とラグジュアリー系がそろい、レストランも「トーマス・ケラー」「デイヴィッド・チャン」といったセレブリティーシェフの店が並ぶ。その一方で、「H&M」や「ザラ」「バナナリパブリック」「シェイクシャック」「シタデラグローサリー」とファストカジュアル系もミックスして、幅広い客層を掌握しようという狙いが見てとれる。

特筆したいのが、モール全体を貫くアミューズメント性。アート集団のスナーキテクチャーによるインスタグラムイベント「スナークパーク」や、スパンコールを使用した落書きウォール、4階のオブザベーションデッキなど、思い出に残るさまざまな体験の機会を用意している。

ハドソンヤーズの有利さは、ロケーションにもある。年間500万人が訪れる空中庭園ハイラインの終着点にあり、ホイットニー美術館からハドソン川沿いにハイラインを北上すると30分弱で到着する。休憩や買い物に格好の終着点だ。オープニングの週末の人出は、12万2000人。日を追って海外からのツーリストが増え、記録更新が続いているという。今後、ハドソンヤーズとその一帯が21世紀のニューヨークを代表する観光スポットとなることは、まず間違いないだろう。

〔資料請求番号 036〕

1. 東京・神田のガラス問屋をリノベーションした「ノルウェージャン・レイン／T-マイケル 東京」 2. ガーナ出身で英国育ちのビスポークテーラー、T-マイケル氏(左)と、ノルウェー出身のクリエイティブディレクター、アレクサンダー・ヘレ氏 3. 木材工場のビル3階に位置する「ベイ・アパートメント」。70～90年代を中心とした、ビンテージのコレクションブランドを取り扱う(写真3点撮影／野田達哉)

モードの"サスティナビリティー"を実現する 神田と新木場の2店舗

野田達哉(ファッションジャーナリスト)

東京・神田須田町は空襲を免れたこともあって、戦前からの家屋や建物がわずかながら残る。今年4月、その裏通りに江戸町屋の面影を残すガラス問屋をリノベーションしたブティック「ノルウェージャン・レイン／T-マイケル東京」がオープンした。ノルウェー・オスロとベルゲン、フランス・パリに続く世界で4店舗目。日本旗艦店となる東京店は、2年以上リサーチを重ね探し出した物件だという。

ガーナ出身、英国での生活を経てノルウェーで活動するビスポークテーラー、T-マイケルと、ノルウェー出身のクリエイティブディレクター、アレクサンダー・ヘレが2009年にスタートした「ノルウェージャン・レイン」は、日本製の再生ポリエステルを使ったレインウェアブランド。東京店では、同ブランドに加え、トータルファッションアイテムの「T-マイケル」のフルラインが2フロア(約100㎡)にわたり展開される。

コンセプトを大切にし、デザイナーの世界観を伝える

T-マイケルは、着物ブランド「T-KIMONO」を和装メーカーのY&サンズから展開する程、日本文化への理解も深く、その人柄で日本にもファンが多い。

同ブランドを日本で展開するユニット&ゲストの佐藤健也社長は、「ノルウェー・ミーツ・ジャパンがこの店のコンセプト。青山や銀座などいわゆるファッションエリアではなく、江戸を感じる場所、古い建物を当初からリクエストされていた。蔵前や浜町なども探したが、昨年7月に、取り壊しが決まっていたこの物件に出合い、T-マイケルも私達も他は目に入らなくなった」と話す。家主と交渉し、現状のまま定期借地権で契約。柱と梁を残し、表具や建具、ガラス障子なども活用している。入り口の吹き抜けには器械体操の吊り輪がぶら下がり、店内にはビンテージのノルウェー家具が置かれるなど、デザイナーの世界観を伝えるスペースに仕上がっている。

「都心の大型商業施設に出店する投資対効果が年々厳しくなっているのは経験として分かっており、新たな事業の方向性としてブランドの世界観を大事にした。結果は想定以上で、オープン以降の売り上げは計画以上で推移している。遠方からのファンや地元のお客さんも多く、ゆっくり滞在して物を選んで欲しいという我々の提案が伝わっている」と佐藤氏。2階には坪庭がつくられ、その奥には週末限定で22時まで営業する畳敷きのバーを併設した。ノルウェージンを扱うクラフトジン専門のバーを入り口に、ブランドの顧客になるというケースも少なくないという。

「SNSでの情報発信やECが拡大する中で、(リアルな)コミュニティーをつくる場所としてこの店をつくった」という思いは読み通りだ。

ギャラリーを楽しむように服を選ぶ、新木場「BAY Apt.」

新木場の木材工場のビル3階に週末だけオープンする「ベイ・アパートメント」はモード好きの間で静かな話題になっている店だ。17年3月にオープンし、ECでも展開しているが、リアルショップの情報は表立って出してはいない。マルタン・マルジェラ本人がデザインを手掛けていた2000年初期までのアイテムや、マルジェラがデザインしていた頃のエルメス、イブ・サンローラン本人がデザインしていたサンローラン・リブ・ゴーシュなどのビンテージ古着を"手に入れやすい価格"で扱っている。ここ数年、これらの古着は高騰を続けており、一部はアートピースとしての価値で取り引きされている。同店は「本当に着たいと思う方に、着てもらえる価格で販売することがポリシー」(同店・安立大助氏)という考えから現在の営業形態をとる。

週末に少ない情報をもとにこの場所を探し当てた客が、ギャラリーを楽しむように、東京湾に映る夕陽を見ながらゆっくりと滞在している姿は、都心部のブティックではあまり見かけなくなった風景だ。

「この店のアドバンテージは圧倒的に購買率が高いこと。30代から40代後半の女性が中心ながら、顧客と一緒に来た方が初めて購入するビンテージとして利用されるケースが多い」と安立氏。近年、ファッション業界の合言葉となっている"サスティナビリティー"がリアルに発信されている2店舗だ。

商店建築9月号増刊
コマーシャルスペースライティング
vol.4
Commercial Space
Lighting vol.4
ホテルを体感する
ライティング
7.31 Wed.
発売予定！
定価：3,780円（本体3,500円）
A4正寸　オールカラー　128頁

1.『ローカルキャリア白書 未来の働き方はここにある』(一般社団法人地域・人材共創機構発行、2019年)。「ローカルキャリア=地域に関わる働き方」と定義付け、実践者へのインタビューや東京と地方都市における意識調査を通じて、ローカルキャリアを分析する　2. 高知県土佐市の「あこ」はNPO法人SOMAが運営するコワーキング・コスタディースペース　3. 石川県輪島市の「輪島KABULET(カブーレ)」は、社会福祉法人佛子園がプロデュースする。温泉やレストランに福祉施設を付帯したスペース、高齢者向けや障害者のグループホーム、キッチンのあるコミュニティースペースなどを街中に点在させている

「ローカルキャリア白書」から見える 地域社会で働くという選択肢の可能性

紫牟田伸子(プロジェクトエディター)

「ローカルキャリア白書」が一般社団法人地域・人材共創機構により、今年4月に発行された。この白書における問いかけから、地域に関わって働くということについて考察したい。

「Local(ローカル)」という言葉は、よく「地方」という意味で使われるが、本来は「地域の」という意味である。したがって、この白書では、「ローカルキャリア」を「地域社会と関わりながら仕事をする」という意味で捉える。東京や大阪などの大都市でも、地域社会と関わりながら仕事をするという在り方があるからだ。白書では、日本の企業の約90%を占める中小企業の多く、そして商店などは、地域を支える産業であり、地域社会に根付いた会社で働くことも含めて、「ローカルキャリア」という言葉を定義付けている。人材不足が言い立てられる現代において、都市部の名の知れた企業で働くことだけがキャリア形成につながるわけではない。むしろ、地域社会と向き合う経験が、キャリアパスの中でもっと注目されても良いのではないかというのが、この白書の主たる問題提起である。

ローカルで生まれる 新しい仕事

そしてそこから、新しい仕事、別の言い方をすれば、地域社会において企業や商店以外の新しい機能が生まれてきていることにも着目したい。例えば、「コミュニティーナース」や「コミュニティーシェフ」「エリアエディター」「エリアリノベーションプロデューサー」などである。既に名称が定着しつつあるものもあるが、白書の中で新たに名付けたものもある。

例えば、「コミュニティーナース」は、病院で出会う看護師ではなく、地域コミュニティーの中で住民との関係性を深めることで、健康的なまちづくりに貢献する地域医療人材としての在り方である。島根県雲南市の矢田明子さんが始めたコミュニティーナースの概念は、商店や居酒屋、パン屋などで働きつつ、日常生活の中で人それぞれの生活に合わせた健康維持をサポートする役であり、全国に広がりつつある。

地域食材を使ったレストランは数々出てきているが、余剰野菜を地域のお母さん達の収入源にする試みを行っている長野県塩尻市の友森隆司シェフのように、更に地域社会との関わりを深く持とうとするシェフもいる。また、このコラム(19年1月号)でも取り上げた、高知県土佐町の「あこ」は、地域社会の中でより広い知と巡り合うことができるように、「学ぶ」ということをベースにした新たな地域の機能となっている。岡山県西粟倉村では木材を生かした商品づくりやエネルギー開発事業、ゲストハウスやコンサルティングなども含め、多様な仕事がそこに生まれている。

また、一つの仕事だけでなく、モバイル環境を生かしつつ、多様な地域と関わり仕事をすることも可能になっている。こうした環境で、都会の企業に勤めながらも、地域社会と関わる兼業も多く見られるようになってきたことも見逃せないだろう。

個々人が選択し、 地域社会でキャリアを積む

そもそも、キャリアとは、働き方を個々人が選択し、個人の成長や可能性を広げていくことである。ローカル(地域)と関わって働くことでどのような成長や可能性があるだろうか。これが「ローカルキャリア白書」の問いかけである。その根底には、昨今、多様な働き方とは言うものの、その多くが企業側の働きかけであって、個々人の選択、そして地域社会における仕事の在り方にまでは、なかなか手が届いていないのが現状があるのではないだろうか。

このコラムで見てきたさまざまなスペースを振り返ってみると、多くは地域の資産を活用しながら、地域社会にどのような新しい開き方ができるかの実験的な試みが多い。その実験性の中に、キャリア形成につながるヒントが見られるのではないかという思いを強くするのである。

茶の伝統と本質を再解釈し 浮かび上がる、人とのつながり

トム・サックス「ティーセレモニー」

会期／2019年4月20日～6月23日
会場／東京オペラシティ アートギャラリー（東京・初台）
撮影／千葉正人

アーティスト、トム・サックスによる作品展「ティーセレモニー」が開催された。彼は、建築家フランク・ゲーリーの下で家具制作を担当した経歴を持つ。

茶会を意味する「ティーセレモニー」。なぜアメリカに起源を持つサックスがこのテーマを設定したのか。きっかけは、2012年に開催された「Space Program：MARS」展。彼は「宇宙空間での長時間移動の間、人は何をして過ごすか」をテーマにした。その際、趣味で行っていた茶道をきっかけに「茶会」を思い付いたという。

会場では、サックスが再構築した茶の湯の世界や、それを取り巻く儀礼や形式を、「THEATER」「CORRIDOR」「INNER GARDEN」「OUTER GARDEN」「HISTORICAL TEA ROOM」に分けて表現。東京オペラシティ アートギャラリーの学芸員、堀元彰氏は「サックスは、茶人・千利休のように価値観を転換させた」と話す。

「千利休は、高価な茶道具ではなく、自身がデザインした器で行う質素なわび茶を大成させた。サックスは千利休の精神を踏襲し、日用品を用いながら自身で茶道具を制作している」（堀氏）

制作された茶道具は、モーターを搭載した電動の茶筅、電子式火鉢など現代の日用品と伝統を織り交ぜたもの。また、「THEATER」内では、実際にサックスが行う「ティーセレモニー」を映像で鑑賞する。映像では、お茶菓子としてビスケットも登場し、ユーモアを感じさせる。

「映像中のセレモニーでは、池の魚をさばいて提供するなど、日本の茶道からは逸脱する部分がある。しかし一方で、ゲストを主人（サックス）がもてなす『おもてなし』の精神を持ち合わせている。おもてなしを更に抽象化すれば、人とのコミュニケーション。それを現代風にアレンジしたのがティーセレモニーの一つの在り方だと考えられる」（堀氏）

宇宙空間での過ごし方に問題提起したサックスの視点は、茶の本質を浮かび上がらせるだけではなく、固定概念に縛られた現代社会へのアンチテーゼと、人間味のある温かさに溢れている。〈編集部〉

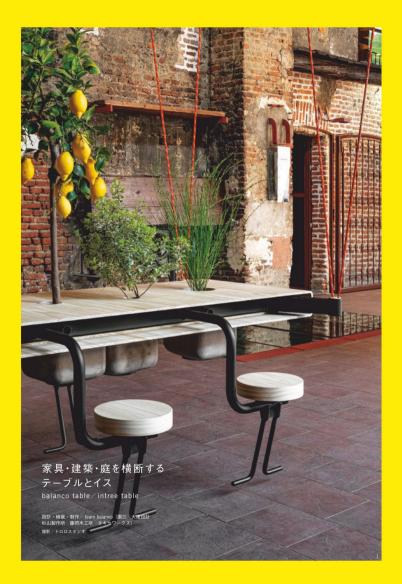
1.「THEATER」セクションでは、映像作品「Tea Ceremony」が上映される。トム・サックスがティーセレモニーを実演する様子を、NASAの文字が書かれたサムソナイト社製チェアに座りながら鑑賞する。スクリーン背面には、ティーセレモニーのきっかけとなった企画展「Space Program：MARS」をイメージさせるドーム型の構造物「Movie Dome」が設けられた
2. 会場は、「CORRIDOR（寄付）」「INNER GARDEN（内露地）」「OUTER GARDEN（外露地）」「HISTORICAL TEA ROOM（茶室）」の四つのセクションで構成。「INNER GARDEN」に設けられた茶室「Tea House」は合板やポリスチレン断熱材などで制作された。写真手前の灯籠「Stupa」はダンボール製
3.「HISTORICAL TEA ROOM」では「ティーセレモニー」展に至るまでの作品の数々を紹介する。写真はサックスが制作した風炉「Shoburo」。マキタのモーターを搭載した電動の茶筅などが収納されている
4.「OUTER GARDEN」に設けられた池「Pond Berm」には、生きている鯉が泳ぐ。サックスの映像作品では、池で釣り上げた鯉を捌いて提供する演出がされる

家具・建築・庭を横断する テーブルとイス

balanco table／intree table

設計・植栽・制作／ team balanco（園三　大建設計
杉山製作所　藤岡木工所　タキセワークス）

撮影／トロロスタジオ

1

1. 吊り下げ型でブランコのようにスイングする「balanco table」。テーブルとイスが一体型になっており、天板にはプランターを備えている。ミラノ・デザイン・ウィークでの展示では、現地で調達した植栽が配された。2～12人用までバリエーションがあり、19年7月より受注生産を開始する
2. プランターからオリーブやアカシデなど9本の木々と一緒に、テーブルとイス、ステップが伸びる「intree table」。登りやすさを考慮して、ステップの配列は統一されている。設置場所に合わせて地中基礎タイプと地上基礎タイプがある。「balanco table」と「intree table」共に、受注を受けた際は園三が植栽を行うという
3. 「intree table」の天板はアメーバ形状で、カーブの内側にイスがあり、座ることで周囲の木々やテーブルに囲まれる。座り心地を良くするため、イスの脚はややしなるように強度が設定された
4. 会場となった「Fonderia Napoleonica Eugenia」は、歴史を持つ教会などの鐘や銅像を製造していた鋳物工場。空間と家具が呼応し、大らかな空気を醸し出していた

2019年4月に開催されたミラノ・デザイン・ウィークにて、Team balancoによるテーブルとイス、樹木が一体となった家具が発表された。チームバランコは、家具・建築・庭の新しい在り方をデザインしていくため、岐阜を拠点とする造園家や建築家、家具メーカー、木工家、鉄職人によって結成されたものづくりチームだ。会場となったのは、旧鋳物工場の「Fonderia Napoleonica Eugenia」。建物内には吊り下げ型の「balanco table」が、中庭にはプランターと一体化した「intree table」が並び、来場者は自由に座って会話を楽しんでいた。

「バランコテーブル」は、スチール製の支持アームとテーブル、イスが、高強度のロープによって展示のために新設した鉄骨梁から吊られている。天板中央にプランターを備えており、レモンやキンカンなどさまざまな植物が植えられた。ブランコのように揺れ動く動作と一緒にスイングする緑の存在が、屋外にいるかのような感覚を与える。デザインを手掛けた大建設計の鈴木えいじ氏は、「動くことで、座っている人々は一体感に包まれ、このテーブルが周囲から切り離された特別な場所になったように感じるでしょう。プランターによって屋内にランドスケープを取り込むことを試みました」と話す。

「インツリーテーブル」はプランターの上にテーブルとイスが配され、ステップを登って席に着く。座ることで木々に包み込まれ、テーブル上には親密な空気感が生まれる。植栽を担った園三の田畑了氏は「ミラノに到着してからオリーブなどの木々を調達しました。プランターに植える樹種によっては木陰が広がり、よりプライベートな空間が生まれます」と話す。「木立の中で人が集っているように見せるため、天板の高さをアイレベルに調整し、テーブルの存在感をなくしています」と鈴木氏。

屋内に庭を、屋外に居場所を生み出し、既成の枠組みを取り払うような提案は、ミラノの自由な空気とシンクロしていた。〈編集部〉

BACK NUMBER

商店建築　バックナンバーのご案内

Jun. 2019 6月号 2,100円(税込)

新作

スターバックス リザーブ ロースタリー 東京
カシヤマ ダイカンヤマ

大特集

気軽に立ち寄れる飲食空間

・Part1　カフェ
・Part2　バー
・Part2　角打ちショップ研究

三富センター
設計／森井良幸＋カフェ
撮影／下村康典

世界で5店舗目となる「スターバックス リザーブ ロースタリー」をはじめ、街の雰囲気を変えるような多数のカフェ、コーヒースタンド、緑茶カフェを掲載。更に、ワインバー、ビアバー、「角打ち」など、カジュアルな飲食店を徹底的に取材しました。今のトレンドが満載です。

May 2019 5月号 2,100円(税込)

大特集

ホテル

特別企画

・地域に泊まり、
　文化を体験するホテル
・ホテル開業プレビュー vol.2
　2019-2022

葵 HOTEL
設計／サポーズデザインオフィス
撮影／長谷川健太

今、最も活況を呈している業種、それが「ホテル」です。リゾートホテルから都市型コンパクトホテルまで、一冊ホテル尽くしです。ホテルの空間でデザインでいま重要なのは、「ここでしかできない宿泊体験」。その一つが、「地域に泊まり、文化を体験するホテル」という空間づくりの戦略です。

Apr. 2019 4月号 2,100円(税込)

大特集

進化するオフィスデザイン

業種特集1

いまどきのキッズスクール
～保育園、幼稚園、こども園

業種特集2

ウェディングチャペル＆
バンケット

オフィス eureka
設計／ブルック
撮影／見学友宙

働き方改革、人材確保、生産性向上といった観点から、オフィスの空間デザインに注目が集まっています。「シェアオフィス」「余白と家具で構成するワークプレイス」など最新オフィスを取材しました。今、デザイナーの力が求められている保育園、幼稚園、こども園も掲載。ウエディング特集のキーワードは、「自分らしさ」と「個性」です。

定期購読のご案内

送料無料でお届けいたします。弊社ウェブサイトからお申し込みいただいた方には、デジタル版を無料※で12冊プレゼント!!
定期購読料:25,200円(12冊・税込)

※定期購読を新規・継続でお申込みいただいた方(メールアドレスの登録が必要です)は、Zinio(ジニオ)社提供のデジタル版が無料で閲覧できます。
詳細は弊社ウェブサイトをご覧ください。www.shotenkenchiku.com

Mar. 2019 3月号 2,100円(税込)

新作
東京會舘 本舘

特集1
マテリアル大特集
- **Part1**
  エッセンシャル・レストラン&ガストロノミー
- **Part2**
  思いを伝えるオリジナルマテリアル

特集2
商業ビルの計画手法

Ode
設計/タイラント
撮影/長谷川健太

社交の場「東京會舘」は、クラシカルな中に驚きと新しさがある秀逸な空間デザインです。目玉特集は、「マテリアル大特集」。これからの魅力的な店舗づくりは、建材で深みや複雑さを生み出せるかにかかっています。「商業ビルの設計手法」は、「テナント/共用通路」「室内/屋外」といった境界線のデザイン手法を取材しました。

Feb. 2019 2月号 2,100円(税込)

特別企画1
ホテルを引き立てる 併設レストラン&バー

特別企画2
自然の気持ち良さを満喫する
商空間インテリア

業種特集1
ヘアサロン

業種特集2
和食店&蕎麦店

ミーガン バー&パティスリー
設計/トリップスター
撮影/矢野紀行

ホテルの新築&改装ラッシュですが、ホテルの個性を明確に打ち出すには、併設されているレストランやバーでどのような世界観を発信するかが重要です。特別企画でそれをお伝えします。「自然の気持ち良さを満喫する商空間インテリア」では、グランピングやビーチの開放感を室内演出に応用したデザイン例をお見せします。

Jan. 2019 1月号 2,100円(税込)

新年特別企画
どうする、どうなる、商空間?!
来たる2020とその後を展望する

新作
とらや赤坂店

業種特集1
クラフト系ショップ&専門店

業種特集2
クリニック&デンタルクリニック

レポート
TOKYO DESIGN EVENT 2018

竹尾 淀屋橋見本帖
設計/TERUHIRO YANAGIHARA STUDIO
撮影/増田好郎

これからの時代、大局観なき刹那的な店づくりでは生き残っていけません。では、どのような価値観を持って商業空間づくりに取り組んでいけば良いのでしょうか。「Art」「Hotel」「Local」「Work」など六つの切り口から、そのヒントを探りました。ページ増量でお得な新年特別号をお楽しみください。

I'm home.

BIMONTHLY MAGAZINE, 2019 SEPTEMBER no.101

High end design and lifestyle　*www.imhome-style.com*

2019.7.16 on sale
隔月刊1・3・5・7・9・11月の各16日発売
定価 1,860円 本体 1,722円 A4変型判

SPECIAL ARTICLE

HOME & OFFICE STYLE
職住一体という選択

01 Yokobori Residence／横堀建築設計事務所
02 K Residence／直井建築設計事務所
03 Pellegrino Residence／Kazue Pellegrino
04 N Residence／CO2WORKS一級建築士事務所

併用住宅にかかわる“建物の計画”と“お金”

PRODUCTS

RENOVATION REPORT
“暮らすように働く”デザイナーがかなえた理想のオフィス

EXCLUSIVE HOME RENOVATION
リノベーションによる 建築とインテリア、暮らしの調和

01 De Cock Residence／Marc Merckx
02 H Residence／井上洋介建築研究所
03 N Residence／I'm home.
04 Fujikawa Residence／YLANG YLANG

RENOVATION FOR NEXT
これからの中古マンション市場

HOME LIKE STUDIO
写真家が過ごす、光と緑に包まれた“リトリート”
J RESIDENCE／彦根建築設計事務所 彦根アンドレア

BREEZE OF SUMMER

MILAN DESIGN WEEK 2019

FOCUS ON
ARMANI / CASA

CLOSE-UP
五十崎社中

連載
MAKING OF HOME 建築家とゼロからつくる住まい

連載
VIEWS OF THE WORLD 現代まで受け継がれる先住民の手仕事

連載
ARCHITECT FILE 横堀建築設計事務所／横堀健一 コマタトモコ

エッセイ
ふしん道楽 安野モヨコ

SPECIAL ARTICLE
HOME & OFFICE STYLE
職住一体という選択
04 N Residence／CO2WORKS一級建築士事務所

植物と共にある空間デザイン

好評発売中

ショップ、レストラン&カフェ、オープンスペース、オフィス、ホテル……グリーンを効果的に取り入れた空間設計を豊富なデータと共に紹介します。

NEW SHOP & ENVIRONMENT
新作

MUJI GINZA, MUJI HOTEL GINZA / SUPER POTATO, UDS

「感じ良い暮らし」を体現する無印良品の世界旗艦店

無印良品 銀座／MUJI HOTEL GINZA

Shop & Hotel MUJI GINZA / MUJI HOTEL GINZA, Tokyo
Designer SUPER POTATO, UDS

東京都中央区銀座3丁目3-5

デザイン監修／良品計画
建築設計／基本設計・実施設計監修　石本建築事務所　福地拓磨　船越克己
　実施設計　竹中工務店　千場 忍　大内靖志　吉川達哉　土屋 徹
企画・プロデュース／地下1～5階　スーパーポテト　杉本貴志
　6～10階　UDS　梶原文生　黒田哲二　山福達徳　上條栄一
内装設計／地下1～5階　スーパーポテト　高山 力　三島 宗　中川真緒　清川 昇　王 雯漪　王 征璽
　6～10階　UDS　中原典人　伊東圭一　岡田 遼　笹田遼太郎
協力／サインデザイン　日本デザインセンター　原 研哉　鐘 鑫　佐藤裕之　小野健輔
　照明計画　コイズミ照明　山本純平　ICE都市環境照明研究所　武石正宣　水谷 純
　モデュレックス　瀧川将太
　ホテル家具　セブンスコード　伊藤和幸　高橋香子　古材(1～5階)　リバティー＆サンズ
　鉄アートワーク(1～5階)　さいとう工房　猿渡健治　ホテル建材　UDS su+　塚本加世子
　左官仕上げ　久住有生
建築施工／竹中工務店　篠原正則　砂井貴秀
内装施工／シマスタジオ　乃村工藝社　川岸泰介　若杉宗司　濱邊義人　東山崎直人　河合優菜　榊 遼平
　J.フロント建装　古川 敦　井上直樹　山上知夏　田中 豊　小野浩昭　篠原琴穂

撮影／白鳥美雄（P.50～57）　ナカサ＆パートナーズ（P.58～66）

無印良品の世界旗艦店となる「無印良品 銀座／MUJI HOTEL GINZA」。地下1階～地上6階の「無印良品」と6階一部と7～10階の「MUJI HOTEL」で構成される。「食」がテーマとなっている1階には、屋台を思わせる小屋が並び、青果売り場やジューススタンドなどの機能が入る。その他、日替わり弁当や、朝7時30分よりオープンするベーカリーで焼き上げたパンなども取り扱う

春らんまん菜の花
紅あずま
260円
埼玉県吉見町
紅ほっぺ
540円
埼玉県吉見町産
小粒いちご
1パック 350円
今が本当の旬
埼玉県産
苺
12月、クリスマスの頃から出回るいちごですが
本当のいちごの旬は
4月です!!

1F 食品、ベーカリー、ブレンドティー工房

「食」で演出する世界旗艦店の玄関口

1階

世界旗艦店「無印良品 銀座」の玄関口となる1階は、「食」に関するコンテンツで溢れている。産地直送の青果売り場や新鮮なフルーツを使ったジューススタンド、好きな茶葉を選べるブレンドティー工房、店内で焼き上げるベーカリー、日替わり弁当に冷凍食品など。これらのコンテンツをまとめるにはどういう手段を採るべきか思索し、我々は“小屋”というコンセプトを打ち出した。

各機能を小屋の中に組み込み、空間の中に乱立させている。その集合体が村もしくは屋台街を思わせる、懐かしさとにぎやかさを持ち合わせた密度のある空気を生み出した。

地下1階

日本では初となる「MUJI Diner」は、中国に続く世界4店舗目。このフロアでは、無印良品が大切にしている「素の食」を体験できる空間としている。

客席を囲むようにオープンキッチンや豆腐工房、サラダビュッフェ台がレイアウトされており、ゲストがどこに着席しても“食”を感じるように演出している。更に、レセプションから客席までの動線の間に、鮮魚アイスベッドや肉セラーを配することで、これから始まる“食”体験への期待感が生まれる。壁全体を古レンガのパターン貼りとし、そこかしこに無印良品のキッチンツールを詰め込むことで“食品庫”のような空間とした。　〈高山 力／スーパーポテト〉

左／ファサード。東京・銀座の並木通り沿いに新築でオープンした　右上／1階奥の「ブレンドティー工房」。32種類のオリジナルレシピから、客が気分に合わせて選んだ茶葉をその場でブレンドできる　右中／同フロアのジューススタンドを見る。旬の果物や野菜を使ったフレッシュジュースを提供する　右下／1階奥のレジカウンター。レジバックにはグラフィックを施した

B1F 食品、MUJI Diner

上／地下1階のビュッフェレストラン「MUJI Diner」。客席を囲むようにサラダカウンターやオープンキッチン、豆腐工房が配置された。料理は、「素の食」をコンセプトに、できる限りシンプルな調理法で提供される　下左／オープンキッチンの目の前にはカウンター席が用意された。脇に置かれた新鮮な食材が、食事への期待感を演出する　下右／ライブ感を演出する「豆腐工房」では、ダイナーで提供する豆腐がつくられる

2F 婦人・紳士ウェア、MUJI Labo

上／紳士及び婦人ウェアを取り扱う2階。天井は、ランダムなパターンで切り抜いたアルミから木漏れ日のように光が降り注ぐ演出　下／同フロアのレジカウンターを見通す。木漏れ日の演出は、売り場だけでなく、レジやエレベーターホールにも連続する。左手エスカレーターまわりは、2、3階と4～6階が吹き抜けとなっている

古材の中に潜む面白さと力強さが演出する衣類フロア

2階

紳士及び婦人ウェアを展開する2階は、1階とのデザインのつながりを考慮し"小屋"の要素を踏襲した。家屋の古材を再構築して空間構成を行っている。

木に囲まれた温かな空間の中でゲストに買い物を楽しんでもらう場にしたく、ランダムに組まれたブラウン色の梁柱古材を使用した。天井は、アルミをパターンで抜くことで木漏れ日が降り注ぐ様子を表現した。

3階

インナーウェアや化粧品、文房具を展開する3階は、2階とは対照的にソリッドな空間とした。

グレーの染色を施した古材の他、主な要素として古鉄板や機械の廃材を使用したアートウォールなどの鉄素材を空間に採用している。人に使用され、使命を終え朽ちた物や、忘れ去られた物に我々の手で再度命を吹き込むことにより、他のマテリアルとは比べられない程の力強さ、輝きを放つこととなった。忘れ去られている古いものの中に、本当の面白さが潜んでいるということをゲストには感じてもらいたい。

〈三島 宗／スーパーポテト〉

3階レジカウンター。レジバックは、古鉄板や機械の廃材を使用したアートウォールとした

3F インナーウェア、文房具、ヘルス＆ビューティー他

同フロアのヘルス＆ビューティーコーナー。柱周りには商品がディスプレイされている

ベッドルーム、収納、
MUJI SUPPORT他

リビングルーム、
キッチン・テーブル用品、
子供服他

上／4階「デザイン工房」。無印良品で購入した布製品に、200種類以上のマークや文字の中から刺繍を入れることができる　下／5階の「MUJI SUPPORT」では、専門知識を持ったスタッフがインテリアや収納の相談に応じる

緩やかな境界を生み出す 商品を生かしたパーティション

4階

4、5階は他のフロアとは一変して、商品を生かした空間を目指した。

4階は、子供用品や家具、生活雑貨の売り場である。木の塊がランダムに積み重なったような什器が空間を構成している。子供が遊ぶための木育広場では、積み重なった箱が売り場との境界をつくっている。

子供用品売り場は、古材を白色に染色し、他の売り場よりも少し柔らかい印象にしている。壁周りの棚や吊り棚をランダムに凸凹させ、また生活雑貨売り場の什器は商品の塊を集めてランダムに配置するなど、全体的にまとまり過ぎない要素が残る空間を目指した。

5階

5階は寝具や収納用品の売り場、部屋づくりに関するお客様相談カウンター「MUJI SUPPORT」が設けられている。寝具売り場とリノベーション相談スペースでは、厚さ24㎜の合板を組み合わせてつくる無印良品の収納棚「パネルファニチャー」で、カウンターや什器を構成した。また、その棚と同素材のパーティションをつくり、寝具の展示と関連付けて売り場全体に展開している。収納用品売り場は鉄骨で什器をつくり、商品がボリュームを持って積まれた倉庫のような空間としている。

〈中川真緒／スーパーポテト〉

6F ATELIER MUJI GINZA、MUJI HOTEL GINZA

左上／6階。ギャラリー、サロン、ライブラリーなどの機能を持つ「ATELIER MUJI」のサロンコーナー。樹齢400年を超える楠を使ったカウンターでは、バーとして茶や酒を提供する　左中／「ATELIER MUJI」ギャラリー2を見る。写真は、『言葉からはじまるデザイン 栗の木プロジェクト』展」（19年6月号）　左下／同フロアの奥には「MUJI HOTEL GINZA」のエントランス及びレストラン「WA」がある　右／「MUJI HOTEL GINZA」のホテルフロント。カウンター背面には、100年前に東京を走っていた路面電車の敷石を使用した

無印良品が提案する「感じ良いくらし」を体感

「アンチゴージャス・アンチチープ」のコンセプトのもと、旅先であっても日常の延長として心地良く過ごせる空間を目指した「MUJI HOTEL GINZA」は、日本初のMUJI HOTELとして、良品計画によるコンセプト提供と内装デザイン監修の下、UDSが企画、内装設計、運営及び経営を行っている。

10階建てビルの地下1～地上6階までが無印良品の店舗、6階一部から10階がホテルとなっている。6階にホテルロビーとレストラン「WA」を設け、7～10階に79室の客室を備えている。

ゲストを迎える6階には、約100年前に東京を走っていた東京都電の敷石や、船の鉄板廃材を再利用。時間や歴史がつくり出す自然の風合いの豊かさや、素材の持つ力強さを感じる空間としている。併設するレストラン「WA」では、定期的にシェフ自らが日本各地を訪れ、それぞれの土地で受け継がれてきた食を提供する。ホテルロビーは同フロアに展開される「ATELIER MUJI GINZA」と緩やかにつながっている。「ATELIER MUJI GINZA」は未来へデザイン文化を伝えていくことをコンセプトに、二つのギャラリーやデザインをテーマとした本のあるライブラリー、伐採されていた樹齢400年の楠を使った長さ10ｍのバーカウンターを持つサロンで構成されている。コーヒーやカクテルと共に落ち着いたひと時を過ごすことができるサロンは、朝から深夜まで営業しており、ホテルゲストはもちろん、街の人が集える場として企画した。

客室のある7～10階はもともとオフィス区画として計画されていた。そのため、客室は階高を活用し、天井を高く確保することで、広がりを感じられる開放的な空間としている。素材には、木・石・土・布といった昔から人に寄り添ってきた自然素材を採用。天然の機能と風合いを生かすことで、ゲストがほっとできる空間を目指した。2段ベッドや畳空間のある部屋など、多様な客室タイプを備えMUJI BOOKS監修による「花鳥風月」をテーマにした本を設置している。浴室への扉を収納として活用したり、左右の客室で水まわりを互い違いの位置に入れ込んだりと、限られた空間を最大限に利用しながら、快適に過ごせる工夫を凝らした。

無印良品の思想を体現した、滞在を通して無印良品が提案する「感じ良いくらし」を感じることができるホテルとして、街に溶け込み、時間と共に魅力が深まる場を目指した。

〈伊東圭一／UDS〉

6F

レストランWA

レストラン「WA」では、定期的にシェフが全国各地を訪れ、受け継がれてきた「食」を提供する（画像提供／UDS）

上左／レストラン「WA」の店内奥。壁面は、古い船の鉄板を切り出して再利用した　上右／レストラン入り口付近から店内を見通す。右手のフロントから石貼りの空間が連続する　下／同レストランでは宿泊客の朝食も提供する。レースカーテン越しの柔らかな日差しが、家のような安らぎを演出する

上左／客室はAからIまでの9タイプが設けられた。写真は最も広い客室となるタイプI。最大4名まで利用できる52㎡の客室空間　下／同タイプのバスタブはヒバ材で設えた　上右／畳が敷かれた同室の読書スペース

タイプIのアクソメ図（図版提供／良品計画）

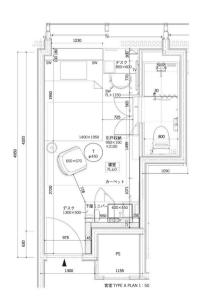
客室タイプG。建築の特徴を
生かした、天井が高く、間口が
狭い2段ベッドタイプ。ベッド
には書棚が仕込まれ、読書を
しながらくつろぐことができる

上、中／36㎡の客室タイプFは、畳敷きの小上がりを設けたローベッドタイプ
下2点／バスタブやボウルは、深澤直人氏がデザインした

タイプFのアクソメ図（図版提供／良品計画）

客室 TYPE A PLAN 1：50

上／タイプD客室　下／タイプA客室。14～15㎡とコンパクトな客室ながら、浴室への扉を収納として活用することで、効率的に空間を確保している

「無印良品 銀座／MUJI HOTEL GINZA」記事

「感じ良いくらし」を提案し続ける 無印良品の取り組み

「無印良品 銀座／MUJI HOTEL GINZA」が、今年4月にオープンした。売り場面積約4000㎡の店舗（地下1階〜6階）と、日本初となるホテル業態（6階一部から10階）を併せ持つ。設計は、地下1階から地上5階をスーパーポテト、6階から10階をUDSが手掛けている。「無印良品」が誕生してから約40年。現在まで積み上げてきた思想や商品、サービスを集約し、無印良品の世界観をダイレクトに顧客へ届ける世界旗艦店だ。

1980年12月、無印良品は、スーパーマーケット「西友」のプライベートブランドとして、家庭用品9品目、食品31品目でデビューした。割れた干し椎茸やボックスを取り除いたティッシュなど、従来の商品の規格からすると少し外れてしまうような商品は、当時の消費社会へのアンチテーゼであった。「素材の選択」「工程の点検」「包装の簡素化」の視点を守りながら、“商品の原点を見直す”という姿勢で商品をつくり続けている。

無印良品の思想を具現化する直営店が誕生したのは、83年のこと。1号店「無印良品 青山」（写真左下）は、故・杉本貴志氏が主宰するスーパーポテトが設計を手掛けた。フローリングや壁面に古材を用いた空間は、“使われたもの”が持つ力強さを表現し、「新しいものが良い」とされた当時、大きな衝撃を与えた。同様の思想で、91年にはロンドン「MUJI West Soho」（写真下中央）、2001年には情報発信拠点となる「無印良品 有楽町」（写真下右）を出店するなど、徐々に店舗数を拡大。19年2月現在、国内では458店、海外では517店を展開している。

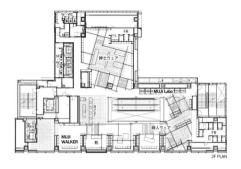
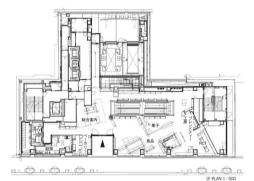
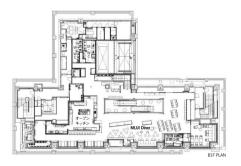
「感じ良いくらし」を提案する無印良品の思想は現在まで一貫している。今日では、「旅」が暮らしの一部になったと考え、昨年3月に中国・深圳、同年6月に北京、そして今年4月に銀座と立て続けに3軒のホテルを開業した。内装にはそれぞれ、現地の古材や地場産材を使った空間を、併設するレストランでは地元の料理を提供している。

「MUJI HOTEL」のコンセプトは、「アンチゴージャス、アンチチープ」。多様化する現代の価値観に、40年前から変わらない思想を掛け合わせ、無印良品は日々の暮らしを提案し続けていく。 〈編集部〉

上左／2018年3月、中国・深圳にオープンした宿泊施設「MUJI HOTEL SHENZHEN」（18年6月号、撮影／淺川敏）　上右／昨年6月にオープンした中国・北京の「MUJI HOTEL BEIJING」は、UDSが運営と設計を手掛けている（18年12月号、撮影／淺川敏）　下左／1983年、東京・青山に直営1号店となる「無印良品 青山」がオープン（写真提供／良品計画）　下中／91年、ロンドンにオープンした「MUJI West Soho」（写真提供／良品計画）　下右／2001年、情報発信拠点としてオープンした「無印良品 有楽町」。銀座店の新規出店に伴い、昨年12月に閉店した（写真提供／良品計画）

2F PLAN

1F PLAN 1：500

B1F PLAN

「無印良品 銀座／ムジホテル 銀座」data

工事種別：内外装　新築
用途地域地区：商業地域
建ぺい率：実効90.819％＜制限100％
容積率：実効892.1％＜制限900％
構造と規模：S造（一部SRC造）　地下3階地上10階塔屋2階建て
敷地面積：1342.44㎡
建築面積：1219.19㎡
床面積：9390.87㎡／地下1階600.2㎡（うち厨房71.6㎡）　1階659.6㎡（うち厨房46.3㎡）　2階984.6㎡　3階1009㎡　4階1006.8㎡　5階1008.2㎡　6階938.16㎡（うち厨房20.7㎡）　7階951.08㎡　8～10階各744.41㎡
工期：ショップ／2018年10月16日～2019年2月28日　ホテル／2018年11月1日～2019年2月28日
施工協力：空調・給排水衛生設備／カンドー　栄千工商　大成温調　電気設備／ケント照明　加藤電設　パルコスペースシステムズ　厨房機器／マルゼン　タニコー　照明器具／コイズミ照明　モデュレックス　DNライティング　音響設備／キャトルプラン　家具／プレステージジャパン　什器／玉俊工業所　サイン／小林工芸社

営業内容

開店：2019年4月4日
定休日：なし
電話：無印良品 銀座、MUJI Diner／（03）3538-1311　MUJI HOTEL GINZA／（03）3538-6101
経営・運営者：無印良品 銀座、MUJI Diner／㈱良品計画　MUJI HOTEL GINZA、ATELIER MUJI GINZA Salon／UDS㈱
所有者：㈱読売新聞東京本社

〈無印良品 銀座〉

営業時間：午前10時～午後9時（7月1日から1階は午前7時30分～）
主な取扱商品と単価：衣服・雑貨／Tシャツ990　デニムパンツ3990　えらべる直角靴下3足890　生活雑貨／体にフィットするソファ1万6900　化粧水580　ゲルインキボールペン90　食品／レトルトバターチキンカレー350　不揃いバウム150　大分産パプリカ150

〈MUJI Diner〉

営業時間：午前7時30分～午後10時
主なメニューと価格帯：朝食／トーストカット・おにぎりセット各500　昼食／焼き魚定食850　夕食／自家製寄せ豆腐400　琉球丼800　宮崎ハーブ牛のグリル2500～

〈MUJI HOTEL GINZA〉

チェックイン／アウト：午後3時／午前11時
客室数：79室
主な客室料金：タイプA／1万4900　タイプC／2万9900
主な付帯施設：レストランWA

〈レストランWA〉

営業時間：朝食／午前7時～午前10時　昼食／午前11時～午後3時30分　夕食／午後5時30分～午後10時30分
主なメニューと単価：朝食／ビュッフェ1800　昼食／お魚またはお肉のおぜん1600　夕食／飛騨コシヒカリ羽釜炊き（一合）880

5F PLAN

4F PLAN

3F PLAN

主な仕上げ材料

〈無印良品 銀座〉

床：木軸＋コンパネ下地ウォールナット無垢材フローリング貼り（望造）　オーク無垢材フローリング貼り（望造）　古鉄板酸洗処理の上磨き加工黒クリア仕上げ（さいとう工房）　御影石磨き仕上げ　6階／捨て貼り合板下地オーク材フローリング貼り

壁：LGS組みPBt12 .5下地不燃古材オイル染色パターン貼り（リバティー＆サンズ）　古鉄板酸洗処理の上磨き加工黒クリア仕上げ（さいとう工房）　繊維壁材塗り土壁（けいそうジュラックス／四国化成工業）　6階／PB下地左官版築仕上げ　鉄板貼り　古材レンガ貼り　特殊塗装仕上げ

天井：スケルトン　2階／木漏れ日天井・STパターンレーザー加工　6階／デッキ現し吹き付け塗装

家具：サロンカウンター／天板・クスノキ無垢材　脚・オーク材フローリング貼り　サロン円卓／クスノキ無垢材チェア（Plank、無印良品ユニットソファー）

什器：古材オイル染色仕上げ　レジ台／天板・クスノキ突き板　側板・特殊塗装

照明器具：スポットライト（モデュレックス、DNライティング）

〈MUJI Diner〉

床：木軸＋コンパネ下地ウォールナット無垢材フローリング貼り

壁：LGS組みPBt12.5下地古レンガパターン貼り（フカケン）

天井：スケルトン

家具：イス／オーク材　ダイニングチェア（無印良品）　スツール（バースツールMid／マルニ木工）　ベンチシート／オーク無垢材＋ファブリック　テーブル／オーク無垢材（プレステージジャパン）

什器：ビュッフェカウンター／天板・コーリアン　側板・古材オイル染色仕上げ　レジ台／天板側板・古材オイル染色仕上げ

照明器具：ダウンライト、スポットライト（コイズミ照明）ペンダントライト（無印良品）　フロアスタンド（プレステージジャパン）

〈MUJI HOTEL GINZA〉

床：ホテルロビー／捨て貼り合板下地オーク材フローリング貼り　客室共用部／合板フェルト下地カーペット敷き　客室／パーティクルボード下地オーク材フローリング貼り

幅木：ホテルロビー／ST曲げアングルオーク材貼り共色塗装　客室、客室共用部／PB下地オーク材貼り

壁：ホテルロビー／PB下地不燃古材貼り　アンティーク御影石貼り　客室共用部／PB下地突き板パネル貼り　珪藻土左官仕上げ　EP　鉄板貼り　客室／PB下地不燃クロス貼り　突き板パネル貼り　珪藻土左官仕上げ

天井：客室、客室共用部／EP

家具：ホテルカウンター、ホテルテーブル／オーク無垢材

什器：サービスカウンター、ブックシェルフ／オーク材突き板

照明器具：ダウンライト、スポットライト（モデュレックス、DNライティング）　アームライト、フロアライト（無印良品）

〈レストランWA〉

床：捨て貼り合板下地オーク材フローリング貼り

壁：PB下地左官版築仕上げ　船舶古材鉄板貼り　不燃古材貼り

天井：吹き付け塗装

家具：レストランカウンター／石貼り　ビュッフェカウンター／天板・オーク無垢材　脚部・オーク材突き板貼りレストランテーブル／天板・オーク無垢材　脚・既製テーブル脚（HAYASHI）　チェア／オーク材突き板　ソファ、チェア（無印良品）

上／施設外観。建築設計は竹中工務店が手掛けた（撮影／ナカサ&パートナーズ）　下／3階の文具コーナーをレジ方向に見る。ジグザグの什器いっぱいに詰め込まれた商品が高揚感を演出する（撮影／白鳥美雄）

10F PLAN

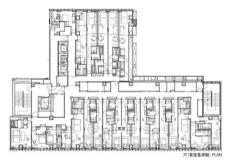
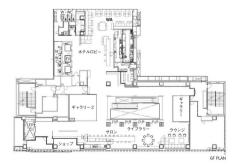
7F（客室基準階）PLAN

6F PLAN

SMALL HOTEL

1. 器 P.72
2. ホステル翠 京都粋伝庵離れ P.79
3. ゲストハウス梗宿 西陣 P.85
4. ㎡ HOSTEL P.93
5. Tinys Yokohama Hinodecho P.100
6. CAFETEL 京都三条 for Ladies P.106
7. イワシビル P.111
8. ちゃぶだい P.118

1 2 4 7 3 5 8 6

LOCAL | PATH（RO-JI） | KYOTO | NEAR THE STATION

［ 特集 ］

場所と対話し、地域に根差す

スモールホテル

日本各地でホテルの開業ラッシュが続いている。ホテルに求められているのは、客室数や立地だけではない。世界中から訪れる観光客は、そこでしかできない体験を求めている。今、観光において人々は、非日常の体験だけではなく、その土地での日常を味わうことも重視している。
「スモールホテル」に泊まるゲストは“あえて”その場所を選ぶのだ。
あるゲストハウスは、“機能を満たさない”ことでゲストが街に飛び出す後押しをする。別のホステルは、空間に余白を設けることで、機能性だけではない宿泊施設の可能性に挑戦している。
地域性やコミュニケーションといった「豊かさ」を提供する、スモールホテル８件を紹介する。

通り庭がつなぐ町家形式のホステル

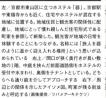
器

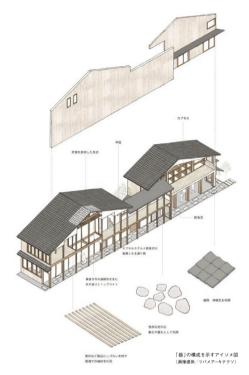
UTSUWA DESIGNED HOSTEL, Kyoto
Designer TSUBAME ARCHITECTS + TGA Architects & Partners

京都府京都市東山区本町8丁目86

設計／ツバメアーキテクツ＋津賀洋輔建築事務所
協力／アートディレクション Art and Reason
ロゴデザイン Gengo Design Studio
施工／オーワンコーポレーション

撮影／中村 絵（特記除く）

左／京都市東山区に立つホステル「器」。京都駅や東福寺からも近く、住宅やホステルが混在する地域に位置する。地域住民と観光客の関係性に配慮し、地域にとって慣れ親しんだ住宅形式である町家を参照して新築した。観光客が地域の日常を体験することにもつながる。名称には「旅人を器のように温かく迎え入れる場所」という思いが込められている　右上／間口が狭く奥行きが長い敷地の1階、中庭を挟んだ前面道路側をホステルの受付や水まわり、奥側をテナントとしている。どちらへも通り庭を介してアプローチする　右下／周辺との関係を示したアイソメ図。町家が残る街並みと呼応する（画像提供／ツバメアーキテクツ）

上／敷地の中央に中庭を配置。通り庭は敷地最奥の庭まで続く　下左／ホステルの受付カウンターから中庭越しにテナント方向を見通す。庭に面する箇所は大きな開口とすることで水平方向の連続性を生む　下右／テナントエリアから前面道路方向を見返す

「器」の構成を示すアイソメ図
（画像提供／ツバメアーキテクツ）

地域の暮らしを追体験する

京都市東山区に立つホステルの計画。敷地は中心部から離れた住宅地の中にある。周辺では、住宅地の中にぽつぽつと、ゲストハウスやカフェなど観光客向けの施設が新しくオープンしている様子が目につく。インバウンドが急増していく一方で、高齢化によって空き家や空き店舗が増加するという状況が結び付き、住宅地が住民と観光客が入り混じる場所に変化しているようだ。そこに立つホステルはどんなものであるべきだろうか。例えば、目新しい建物を建てることによって、観光客の注目を集め、集客力を高めるという戦略がありえる。しかしそれでは、住民と他所者という対立的な図式を強調してしまい、お互いにとって良い環境はつくれない。むしろその建物が建つことによって住民と観光客が良好な関係を築ける場所にしたい。そのために、住民が普段慣れ親しんだ住宅のようにつくり、観光客はそこに泊まって地域の暮らしを追体験できるようにしてはどうか。近隣の住宅、それは町家である。だから、町家の形式を参照してホステルを計画することにした。

敷地は間口6m、奥行き35mの、いわゆるウナギの寝床と呼ばれる形状で、美観地区の指定を受けている。十分な採光、通風を確保するために、建物を東棟と西棟の2棟に分け、中庭を介して並ぶ構成とした。両棟をつなぐように通り庭を設け、そこに面して東棟1階にはホステルの入り口、西棟1階にテナントを計画。2階は奥行きのある形状を利用して、二段ベッドが反復するドミトリー形式の客室とした。通り庭には吹き抜けと天窓を設け、町家の特徴である水平方向への連続だけでなく垂直方向への視線の抜けを確保。これによって、2階の客室や奥のテナントへ向かう人の視線が行き交うようになり、通り庭は用途がハイブリッドした町家の中心的な場として位置付けられた。テナントは奥行き方向に壁のないプランにすることで、後から店舗区画を三つまで増やせる計画としている。

仕上げは、材木会社が持つ、製品にしづらい材料や、現場での端材を転用したり、瓦の端材を土間に敷いたり、京提灯を用いたりと、なるべく既製品以外のものを利用して、この地域ならではの設えになるように意識した。また、建物の随所にアートが設置されていて、宿泊者はもちろん近隣住民が訪れてもギャラリーのように楽しめる場所になっている。

〈ツバメアーキテクツ＋津賀洋輔建築事務所〉

上／東棟2階ドミトリー。通り庭に設けた吹き抜けに面して開口を設置した。長細い平面形状の居室にガラス瓦越しの光が差し込む他、通り庭と客室をつなぐ、垂直方向への視線の抜けを生む　下左／前面道路に面した箇所には和室を設えた　下右／西棟2階。床の仕上げは、製品にしづらい黒芯杉のフローリング貼り。ベッドは合計35床設けられた

「器」data

工事種別：一戸建て　新築
用途地区地域：第2種住居地域
建ぺい率：実効59.97%<制限60%
容積率：実効114.38%<制限200%
構造と規模：木造　地上2階建て
敷地面積：210.01㎡
建築面積：125.1㎡
床面積：240.2㎡／1階125.1㎡　2階115.1㎡
工期：2017年9月1日〜2018年5月1日

営業内容

開店：2018年8月1日
チェックイン／アウト：午後4時〜午後11時／午前11時
定休日：なし　電話：(080) 5763-9193
経営者：㈱ロクヨン
従業員数：サービス1人　厨房1人　合計2人
客室数：35床
主な客室料金：バンクベッド3000〜5000　和室4000〜6000
主な付帯施設：食堂

主な仕上げ材料

屋根：神崎瓦葺き　ガラス瓦葺き
外装：杉板t12貼り木材保護塗料塗布　開口部／木製建具
床：通り庭／モルタル金ゴテ仕上げ　瓦端材埋め込み　客室／黒杉材フローリングt12貼り　テナント／モルタル金ゴテ仕上げ　水まわり／フレキシブルボードt4貼りUC
幅木：アングル幅木
壁：通り庭／PBt12.5下地EP　客室／杉板t12貼り　テナント／フレキシブルボードt8貼り　トイレ／杉板t12貼りEP
天井：通り庭／PBt12.5下地EP　吹き抜け・木製ルーバー　客室／PBt12.5下地EP　テナント／フレキシブルボードt8貼り　トイレ／PBt12.5下地EP
什器：2段ベッド／STフレーム錆止め塗装の上SOP＋ラーチ合板木材保護塗料塗装
照明器具：特注京提灯

屋根の勾配が現れた天井に沿うように、客室上段は高さが変化する

ホテルを彩るアート

上左／Art and Reasonのディレクションの元、施設内の至る所にアートが配置された。通り庭では、架空の人物Leonardo Pynchon氏の肖像画や、同氏にまつわる（という設定で集めた）小物が展示されている　上右／階段室の壁面を埋め尽くすアート　下左／のれんやシャワールームの扉に描かれた、イラストレーター白根ゆたんぽ氏によるイラスト　下右／東階2階に置かれた本棚には、Leonardo Pynchon氏が日本語を学んだ（という設定の）本などが並ぶ（4点撮影／鈴木 渉）

立体的に組み合わせたカプセルが
ゲスト同士の自由な距離感を演出する

ホステル翠 京都粋伝庵離れ

HOSTEL SUI, KYOTO SUIDEN-ANN
Designer　Kentaro Takeguchi + Asako Yamamoto / ALPHAVILLE ARCHITECTS

京都府京都市上京区真倉町732
設計／アルファヴィル　竹口健太郎　山本麻子　平田太一
施工／カワラケンソー
撮影／杉野 圭（特記除く）

京都・西陣に立つ「ホステル翠 京都粋伝庵離れ」。2階には14個のカプセルを配置した。同じ方向に並べるのではなく、立体的に組み合わせ、いくつかのまとまりをつくることで街のような風景となる。部屋全体の温熱環境を管理しつつ、各カプセルの上部にPCファンを取り付けることで、カプセル内に空気の循環を生む

カプセルが並ぶ街並み

京都・西陣、町家が多く残る一方、織り屋や商店ビルなど、歴史とプログラムが混在する京都らしいエリアに立つ、文化サロン併設のホステル。茶道や仏像彫刻をサロンに学びに来るお弟子さんだけでなく、近隣の通信制大学に通う社会人学生や海外からの旅行者など、シングル客のための宿泊施設である。

1979年の「カプセル・イン大阪」で、黒川紀章が初めて実現したカプセルスペース。空間効率による、経済性が注目され普及したが、片廊下に並ぶ閉塞感が否めない。そこで私達は、カプセルの間の空間に活路を見いだした。

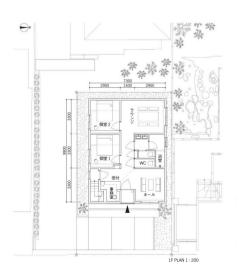
複数のカプセルを立体的に組み合わせることで成り立つ空間として、二つのカプセルが向き合うプランと、三つのカプセルがコの字型に組み合わさった二種を採用することにした。また上下1mの段差を、梯子ではなく階段でつなぎ、高齢者やスカートの女性にも配慮している。立体的に組み合わされ、向かい合うカプセルに挟まれた裏表にある小さな広場はここに泊まる二人あるいは三人の関係によって、よりプライベート性の高い場所になることもある。

もう一つの特徴として、カプセルまたは三つのカプセル群を、それぞれ家に見立てることで、それらは住居のように振る舞い、空調された外部（屋内かつカプセルの外）から、PCファンによって「半」新鮮な空気を取り入れる。さらに住居のようなカプセル郡の隙間に生まれる広場には、建物外皮の窓から受ける自然光が満ち、カプセルの窓を開け放つことで、日中は全ての寝床から空の気配を感じることができる。小さなスペースであるが、家を所有するような、街に居するような感覚が楽しめる宿泊体験となるのである。

人は本来、特に就寝の時は、守られた空間で心地良さを感じる性質がある。「よく眠れた」という宿泊者からの感想は、それを示しているかのようだ。他者との距離を近くしながらも、カーテンや間仕切りにより心理状態に合わせた適切な距離感を「街」の中で調整できる。このカプセルの組み合わせ方によって、空間効率と新たな空間の価値観が重なる立体性を提案している。〈竹口健太郎＋山本麻子／アルファヴィル〉

左／4、5個のカプセルを組み合わせたカプセル群三つと、水まわりを集約したユニットが並ぶ。各カプセルには小窓を設け、わずかに光を採り入れて吸気も行う他、気兼ねなく外を眺められることも意図した。同時に、外から見た時は小窓がアクセントとなり、建築の中に街並みが現れたかのような印象を与える　右上／カプセルを立体的に組み合わせることで生じたスペースの一部は、荷物置きとなっている。上部のカプセルへのアプローチを梯子でなく階段とすることで、高齢者やスカートを履いた女性にも配慮した　右下／向かい合うカプセルの入り口は正対しないように配置。カプセル間のスペースで宿泊客同士がコミュニケーションを取れるなど、ゲスト自身が他者との距離感を調節できる。出入り口は引き戸と開き戸の2種類がある

上／切妻屋根の形状が現れた内観。天窓から差し込む光が外を感じさせる。フロア中央の道から小道に入るようにカプセルへとアクセスする　下／群をつくるカプセルの配置によって生じたスペースには、小さなデスクやイスを配置。カーテンを閉めることでプライベートな空間となる。天井の高さは、端部で3000㎜、中央部で4640㎜

左上／1階受付前からホールを見る。1階には個室2部屋と、ラウンジや水まわりを配置した　左下／個室は2、3名の宿泊に対応する　右／外観。歴史的街並みが残る京都・西陣地区では、外壁色や屋根形状、勾配などに多くの規制がかかる

上／2階のカプセルの構成を表現したパース（画像提供／アルファヴィル）　下／写真中央の建物が「ホステル翠」。右手に隣接する文化サロンでは、茶道やヨガの教室を開いている。日本各地から生徒が訪れる他、オーナーがダイビングのインストラクターでもあることから、団体で泊まれることが与件であった

ベッド配置のダイアグラム
（画像提供／アルファヴィル）

「ホステル翠 京都粋伝庵離れ」data

工事種別：一戸建て　新築
用途地域地区：準防火地域　準工業地域　旧市街地型美観地区
建ぺい率：実効49.97%＜制限60%
容積率：実効99.95%＜制限200%
構造と規模：木造　地上2階建て
敷地面積：144.61㎡
建築面積：72.27㎡
床面積：144.54㎡／1、2階各72.27㎡
工期：2017年11月〜2018年5月
施工協力：家具、什器／pivoto

営業内容

開店：2018年5月15日
チェックイン／チェックアウト：午後4時／午前10時
定休日：不定休
電話：(075)431-5400
経営者：京都粋伝庵　従業員数：サービス1人
客室数：個室2室　ドミトリー14室
主な客室料金：ロフト付きダブルルーム7800〜　女性専用キャビンWIDE3480〜　女性専用キャビンREGULAR 3180〜　キャビンREGULAR3180〜　キャビンNARROW 2980〜

主な仕上げ材料

屋根：OSB下地ガルバリウム鋼板縦ハゼ葺き
外装：OSB下地金属サイディング（シンプルシリーズ スタイリッシュライン柄 グラングレー／ケイミュー）
サイン：SUS切り文字　のれん
床：コンクリートスラブ下地モルタル金ゴテ押さえの上浸透性撥水剤塗布　木軸下地メープル無垢材フローリングt15貼り（ウッドハート）
幅木：メープル無垢材フローリングt15貼り（ウッドハート）
壁：PBt12.5下地壁紙貼り（TH-8730／サンゲツ）　ラワン合板t5.5クリア塗装（オスモウッドワックス／オスモ&エーデル）
天井：PBt12.5下地TH-8730貼り
家具：木軸下地ラワン合板t5.5オスモウッドワックス塗装
照明器具：エントランス／ダウンライト（モデュレックス）　ホール、ラウンジ、客室、受付／ペンダントライト（Pro Antiques COM、パラボラ）　2階カプセル／間接ライン照明（東宏）　階段室／フットライト（大光電機）　ブラケット照明（パナソニック）　客室／スポットライト（東芝）

京都の建築構成と日常を体感させる
街並みのような空間

ゲストハウス樸宿 西陣

GUESTHOUSE BOKUYADO NISHIJIN, Kyoto
Designer td-Atelier + ENDO SHOJIRO DESIGN

京都府京都市上京区作庵町513

設計／多田正治アトリエ ＋ ENDO SHOJIRO DESIGN
協力／構造アドバイス　門藤芳樹構造設計事務所　門藤芳樹
施工／ふじさき組　藤崎智一　清水 勝　佐藤 篤

撮影／松村康平

京都・西陣地区に立つ木造住宅を改装した「ゲストハウス樸宿 西陣」。3室の客室を有するゲストハウスとカフェ、オーナー住戸からなる。個人商店が並ぶ千本通に面することから、店舗を通り側に設け、奥へと続く露地が風や光、人の通り道となる

露地を引き込み人が集う

京都市を南北に走る千本通は、小売り店が並ぶ庶民的な下町風情の残る通りである。その通りに面した木造2階建ての住宅を、ゲストハウス、カフェ、オーナー住宅というコンプレックス（複合施設）へと改装した。

既存建物は幾度も増改築を経て、道路から奥に向かって並ぶ三つの建物がちぐはぐにつなげられていた。そこで、複雑な増改築の跡を解きほぐしつつ耐震補強を加え、道路側の棟の1階を大きく減築し、敷地の奥へと風や光、視線が通じる外部空間（露地）をつくった。道路に面した建築の正面には前庭をつくり、多くの緑を配した。前庭から露地、内庭・奥庭にかけて緑がつながり、旅行客や地元の人々が集う空間となる。露地にあるカフェを横切り、ゲストハウスの玄関にたどり着く。奥の庭で、かつての建物で祀られていた小祠が出迎える。

中に入ると吹き抜けのあるフロント、小上がりのあるラウンジがある。墨入りコンクリートの床、杉皮入り和紙の壁面、既存荒板を現した天井という落ち着いた設えで、京都らしさを感じさせる。地窓からは小祠が見え、小上がりからは千本通まで見通せる。

2階に上がると三つの客室に通じるホールに出る。既存屋根のシルエットの下にキューブや壁面を配置し、それらの内部が各客室となっている。建築の内外にある、露地や大小のキューブ、小上がり、壁面、緑といった要素は街並みを想起させ、さながら通りを散策するような空間となっている。

旅行客は、過剰演出された観光地よりも、その土地の日常・リアルを求めてやってくる。街や通りを手掛かりとした建築により、旅人は居心地の良い日常／非日常を体験するだろう。

〈多田正治アトリエ ＋ ENDO SHOJIRO DESIGN〉

「ゲストハウス楔宿 西陣」data

工事種別：内外装　全面改装
敷地面積：99.12㎡
建築面積：72.9㎡
床面積：117.34㎡／1階50.1㎡　2階67.24㎡
工期：2018年6月～10月
施工協力：空調・電気設備、照明器具／石田電気通信　給排水衛生設備／五光商会　造園／みちくさ　防災／関西シンシアー．左官／上田左官　建具／サワベ　塗装／成影塗装

営業内容

開業：2018年12月1日
チェックイン／チェックアウト：午後4時／午前11時
定休日：なし
電話：(075) 748-0523
経営者：㈱峯盛　従業員数：サービス2人
客室数：3室
主な客室料金：1～2名和室6800～7800　1～3名和室7800～1万800　1～2名和室（トイレ、シャワー室付き）9800～1万800　貸し切り使用（7名まで）2万4000～
主な付帯施設：カフェ「biotope tiny coffee shop」

主な仕上げ材料

屋根：既存瓦屋根　既存ガルバリウム鋼板葺き　一部補修
外装：漆喰塗り（プラネットウォール）　モルタルスタイロ掻き落とし仕上げ　既存外壁一部補修
床：モルタル金ゴテ押さえ　墨入りモルタル金ゴテ押さえ　杉材上小節フローリングt15敷き
壁：PBt12.5下地AEP　藁スサ入り荒壁　OSB t12パテ処理の上杉皮和紙貼り
天井：PBt9.5下地ラワン合板t4の上浸透型着色剤塗装（バトン／大橋塗料）　AEP　既存床組み現し
照明器具：スポットライト（ヤザワコーポレーション）　外部スパイク照明（大光電機）　ダウンライト（コイズミ照明）

左／敷地奥から前面道路方向に見返す。奥に長い敷地に対し、斜めに配置した壁や、そこに設けた開口によって、通りから視線が連続する　右上／露地からカフェを見る。もともと居間やガレージがあった1階前面道路側を大きく減築している　右下／カウンター席が設けられた店舗内観。今後、宿泊客への朝食の提供も予定している

1階奥のラウンジ。既存の小屋組みを現しながら、既存から縁を切るように設置した新設部分を白く塗ることで、対比的に共存するような在り方とした

ラウンジ見返し。写真右手の入り口上部は吹き抜けとなっており、上方向に続く靴箱が2階では棚として使用される。左手の小上がりには窓を設け、内庭を介して千本通まで見通すことができる

2階の客室1。ここでも新設した入り口側の白と、右手既存部分の質感が対比されている

左／客室3。窓サッシがある既存壁面の内側に壁を新設している　右上／2階前面道路側に設けたオーナー住戸　右下／2階中央のホールを客室2、3方向に見る。テーブル奥の棚は1階ラウンジから続いている

「ゲストハウス樸宿 西陣」設計者インタビュー

残すものと加えるもの 京都におけるリノベーション設計手法

京都を中心に、リノベーションの仕事を数多く手掛けてきた建築家の多田正治氏と遠藤正二郎氏。そんな二人のこれまでの仕事を振り返ると共に、「京都らしさとは何か」「リノベーションの醍醐味はどこか」について聞いた。

文／編集部　ポートレート撮影／近藤泰岳

多田正治氏（左）と遠藤正二郎氏

Topic 1 「少しずつ変わり続けること」が京都らしさ

― 京都で設計をする際に、「京都らしさ」を求められることはあるのでしょうか。

遠藤　「樸宿」はオーナーが台湾人なので、設計を始める前は求められるだろうなと思っていました。ところが、コミュニケーションを重ねるうちに、いわゆる町家らしい町家ではなく、より洗練された、現代的な感性による新しい解釈を求めているのだと感じました。言い換えるなら、日常に根付いた京都の暮らしでしょうか。ここのオーナーだけではなく、ヨーロッパの人もアジアの人もそう考えるようになっています。

― 初めて京都を訪れる人は、金閣寺や清水寺のような有名観光地に行くかもしれませんが、2、3回目となると、より地域の日常に触れたくなるのでしょう。暮らすように滞在することが、今の観光の大きなテーマになっています。

遠藤　敷地が観光地から少し距離があることは、京都らしさより地域感を考えた大きな要因でした。近隣の商店街は、京都らしいというよりも下町らしい雰囲気です。

多田　地域の雰囲気を参考に、通り側に小さなお店を配置しています。減築して露地を通し、コミュニケーションを取れる余白を通りに面して設けています。観光地化されたような、ベタな京都らしさを新しくつくることには否定的です。

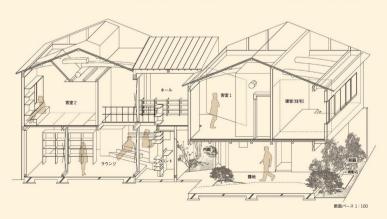
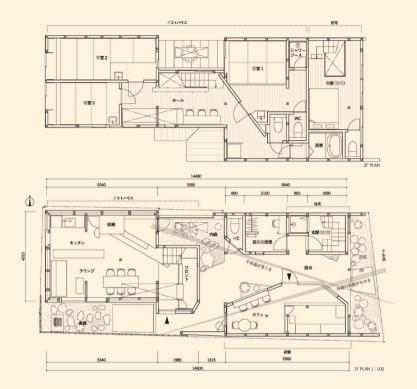
遠藤　キッチュな面白さはありますけどね（笑）。ハイパー京都というか。

多田　今は改装の仕事が多いので、既存のおかげで京都らしくなります。日常化された京都を楽しむ人が増えているので、変に狙ったり、気取ったりせずにつくった方が良い。

遠藤　昔から地域に住んでいる人達と話す中で、彼らは意外と新しいものが好きなんだなと感じました。新しいものは嫌がられるかと言えばそうでもない。重要なのは、がらっと変えるのではなく、少しずつ変化を重ねること。その歴史こそが京都らしさと言えるのではないでしょうか。

多田　京都の観光写真と言えば清水寺や祇園の石畳が出てきますが、一方で千本通のような、アノニマスかつレトロな商店街にも価値が見いだされるようになりました。かといって、そのまま静態保存すれば演出されすぎて嘘っぽくなります。ある時期で固定化せずに、今あるものに「＋α」して融合や対比をつくっていけたらいい。

遠藤　京都然とした風景もそれはそれでありつつ、僕達らしいやり方を考えたいですね。

断面パース 1：100

Topic 2

「対比」「断絶」「減築」で新しい形と価値が生まれる

— 古い建物の改装を多く手掛けていますが、どのような点に注意しているのですか。

遠藤　まずデザイン面で言うと、きれいに直すことに注力し過ぎて普通になってしまわないように気を付けています。そのために、古いものと新しいものを混ぜ過ぎないことは意識していますね。

多田　リノベーションでつくり込み過ぎると新築と同じになってしまいます。そのやり方だと、リノベーションという制約がある以上新築には勝てません。リノベーションなりのやり方で新築とは違うものを目指すことが重要だと思います。ミックスし過ぎても、古いものを装飾として見せるのでもなく、古いものをリスペクトした上で、新しいものを対比させるというやり方です。

遠藤　新旧を「断絶」させるデザインを意識しています。そうすることでお互いが際立つのです。構造家の方には、工事することが確定しているのなら先に解体した方が良いと言われました。構造面では特に重要で、それによって軌道修正も可能になります。

多田　私達の案件は、規模が小さかったり、時間を掛けられなかったりするものが多いので、確認申請を省略できるように進めることも選択肢の一つです。用途変更に掛かる部分の面積が100㎡を超えないよう、減築することもあります。「樸宿」はまさにそうで、140㎡程あった既存の床面積の内、1階を露地にすることでホステル部分の面積を100㎡に収めました。

遠藤　千本通と関わるという考えも、その操作と同時にありました。ネガティブに捉えるのではなく、制約の下で新しい形が生まれます。同時に、「だからこうなった」というエクスキューズにもなります。

多田　単なる動線だけの露地ではなく、別の価値も生まれるという点で、減築にも意味が生じるのです。

Topic 3　京都でのリノベーション実績から振り返る〈残すもの／加えるもの〉

多田氏と遠藤氏は、「自分達なりのやり方を7割で保ちつつ、3割は新しいことに挑戦する」と話す。古いものを尊重しつつ、新しいものを挿入し、混ぜ合わせずに共存させることで「そこでしかできない空間」を追求し続けている。両氏のこれまでの仕事を振り返ると、何を残し、何を加えたかが見えてくる。そしてそこから、変わり続ける京都の姿が見えてくる。

1

西大路のアトリエ(2013)

「ENDO SHOJIRO DESIGN」と「多田正治アトリエ」が入居する、昭和に建てられた平屋建ての町家の改装。新しいものを白で、古いものは一部古色で塗装し、対比的に見せている。コスト削減のため、大部分はセルフビルド。

2

AWOMB(2014)

遠藤氏の知人が営む創作寿司店。築80年の町家に、白く、無機的な表情を挿入した。荒々しさを持つ既存の小屋組みを間近に眺める2階席やギャラリーを設えた。ENDO SHOJIRO DESIGNが設計。オーナーは「西大路のアトリエ」の施工にも参加していた。

3

しづやKYOTO(2016)

河原町七条の交差点近くに立つ旅館のリノベーション。OMOYAを女性専用のカプセルホテル16床とテナントにし、隣接する文化住宅を家族連れも泊まれる客室4部屋のHANAREとした。2段重ねた客室が並ぶOMOYAの中廊下は殺風景にならないよう、各客室の屋根が並ぶ街並みを意識した。OMOYAは路地を通って家に帰る様を、HANAREは家から出て広場に集まるような風景をイメージした。

4

A day in khaki(2017)

「楔宿」と同じオーナーが共同で運営する、築120年の町家を改装した一棟貸しゲストハウス。過去の改修によって5分割された内部空間を接続しつつ、古いまま残す部分と新しく設える部分とに分けて新旧の対比をつくった。

5

オトヤド イクハ(2018)

間口2.7mの木造3階建ての建築のリノベーション。付き合いがあった工務店からの紹介で、音楽をテーマにしている。木造3階建てでは宿泊施設とするのが難しいことから、3階の床を撤去。構造補強のために現れる筋交いなどを空間の要素とした。

6

ゲストハウス楔宿 西陣(2018)

木造2階建ての住宅をゲストハウス、カフェ、オーナー住宅へと改装するプロジェクト。「A day in khaki」のオーナーの一人が運営する。建物の中心に露地を通して前面道路とのつながりをつくり、斜めの線や素材の扱いで新旧の対比をつくる。

7

mugen plus(2019)

一棟貸しのゲストハウス。オーナーとは「A day in khaki」の内覧会で出会った。木パネルによる筒状の空間を挿入し、空間をあいまいに分節。筒にも開口を設けることで、内と外の緩やかなグラデーションを生み出している。

profile

ただ・まさはる／1976年京都生まれ。2002年大阪大学大学院修士課程を修了後、設計事務所勤務を経て06年多田正治アトリエ設立。店舗や宿泊施設のデザインから住宅設計、展覧会の会場構成まで、活動は多岐に渡る。

えんどう・しょうじろう／1980年神戸生まれ。2005年京都工芸繊維大学大学院修士課程を修了。09年に遠藤正二郎デザイン開設。店舗や住宅などの建築設計だけでなく、ウェブサイトやパッケージデザインまで手掛ける。

容積を生かし立体的に積み上げた
駅舎一体型ホステル

m³ HOSTEL

m³ HOSTEL, Hiroshima
Designer Atelier Bow-wow

広島県尾道市東御所町1-1 尾道駅2階

企画・プロデュース／TLB
設計／アトリエ・ワン
協力／空調衛生設備　イーエスアソエイツ
　　　電気・照明デザイン　EOSplus
　　　企画　ランドスケーププロダクツ　フードハブ・プロジェクト
　　　内装　ランドスケーププロダクツ
施工／大和建設　シェルター
撮影／森田大貴

2019年3月に開業した、3代目となる尾道駅駅舎の2階に位置する「エムスリーホステル」。ベッドタイプは、2段ベッドが11台並ぶ「バンクベッドルーム」と、下段を荷物置きとした3層の寝台を置いた「コンパートメントルーム」、ツインとダブルの2種類の「プライベートルーム」が設けられた。写真はコンパートメントルーム

尾道の風景が息づく

尾道駅は、広島県尾道市にあるJR西日本山陽本線の地平駅である。約80年使われた二代目駅舎を建て替えて三代目にするにあたり、初代駅の長屋門のような形式に学んで広場に対して水平な低い軒を差し掛け、そこから背景となる山へ視線を導くように複数の屋根をつなげている。2階の屋根が抜けたところは展望デッキで、誰もが尾道水道の景観を楽しむことができる。広場に面した1階正面には一切壁がなく、人々の活動が最大限街に現れるようになっている。日常的な駅利用者、地域住民から旅行者まで、多様なメンバーシップを受け入れる駅となることを期待している。

駅舎の2階には展望デッキに面した喫茶店やブックラウンジと共にホステル「㎡ HOSTEL」がある。その名の通り、部屋の面積は小さいけれど天井が高く容積が大きい。天井高を生かして、積層した寝台を設え、2人用の個室であるプライベートルーム、4人1単位のコンパートメントルーム、大部屋に二段ベッドが並ぶバンクベッドルームから選べるようになっている。家具と建築の中間的なスケールを持つ積層した寝台は、シェルターの協力のもと、75㎜角の柱と梁をドリフトピンで固定するKES構法の専用金物を開発し、柱間に24㎜厚の杉板を落とし込む板倉構法として強度を確保している。客室の天井高は、廊下側からは縦に二段重ねになったドアに表れている。上部の扉は上段のベッドから宿泊者が自由に開閉できるが、廊下から中が見えない構造になっており、客室と廊下の双方に、開放感を与えている。

客室の窓からは、ベッドにいながら尾道水道の風景や山陽本線の電車、プラットホームを間近に見ることができ、ホーム上空に張り出した宿泊者用のシャワールームやラウンジからも線路を眺めることができる。サイクリストや海外からの旅行者の利用に配慮したシンプルな設えの中に、駅に泊まる臨場感が強く感じられるホステルになっている。

〈玉井洋一／アトリエ・ワン〉

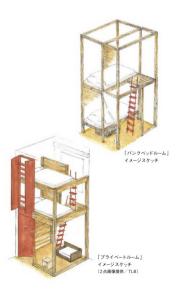
左／75㎜角の柱と梁で組み立てた柱間に厚さ24㎜の杉板を落とし込む板倉構法によって強度を持たせた。木の香りや柔らかさがリラックスした居心地を演出する　右上／廊下からプライベートルーム方向を見る。宿泊施設の客室は、廊下に対して閉じた構えとすることがほとんどだが、ドアの上部に開口を設けることで、天井の高い廊下からは路地のような風景をつくる　右下／山側に配置された「プライベートルーム」。窓からは線路や山へと視線が抜ける。写真右手は廊下に面した開口で、換気機能を担う。廊下からは見上げる形とし、室内はあまり見えないよう配慮した

左／「コンパートメントルーム」に置かれた3層の寝台は、下段が荷物置き、2、3段目がベッドとなっている。駅舎の屋根形状から、平面の中央部ほど階高が高くなる。縦に長い空間を生かし、家具と建築の中間のスケールを持つ寝台とした　右／「コンパートメントルーム」イメージスケッチ（画像提供／TLB）

上／海側に配置されたツインタイプの「プライベートルーム」。尾道水道を挟んで向島が見える　下左／「プライベートルーム」1階。梯子やタオルバー、ドアなどは赤茶色の錆止め塗装。線路や造船所など尾道に存在する色で、木との親和性も高いことから採用された　下右／「プライベートルーム」を2、3階のベッドスペース方向へ見上げる

「バンクベッドルーム」を見通す。2段ベッドが11室並ぶ。廊下に囲まれた平面中央に位置しており、ハイサイドライトから光を採り込む

「バンクベッドルーム」
イメージスケッチ

「プライベートルーム」
イメージスケッチ
（2点画像提供／TLB）

上／宿泊客専用ラウンジ。ホーム上に張り出すように配置し、電車を間近で眺めることができる。寝台特急「トワイライトエクスプレス瑞風」（17年10月号）が通ることもある
下／ラウンジ壁面のレンガ壁には、旧駅舎の基礎として使われていたものや対岸の向島紡績工場から譲り受けたものを使用している。左手はホステルの出入り口となる自動ドア

誰でも利用できるブックラウンジ越しにホテルフロントと「喫茶NEO」を見る。ブックラウンジのテーブルとイスは、旧駅舎の梁を再利用したもの。駅舎2階は尾道の文化を伝えることをテーマにしており、喫茶店では尾道にあるバー「ロダン」のマスターが選曲した音楽が流れる

上左／「喫茶NEO」をブックラウンジ方向に見通す。開口の向こうのテラスを介してアプローチする　上右／2階の屋外テラス。1階に通じる左手の階段に面した窓からは「バンクベッドルーム」が見える　下左／1階コンコース。階段の棚板は、造船業が盛んな尾道から着想を得て鉄板で制作したもの。棚板に沿うように階段が広がり、自然と登りたくような流れを生むことを意図した。奥は待合いスペース

上左／海側の広場に面したファサードは大部分をガラス張りとし、広場に対して壁にならないよう意図した。加えて、軒を大きく出し直射日光をガラスに当てないことで、外から見た際に反射せず、中まで見通すことができる。写真右下の石畳は先代の駅から引き継いだもの。広場からコンコースを介してホームまで視線が抜ける　上右／尾道水道越しに見た尾道駅。周辺のボリュームと調和しつつ、屋根勾配が背後の山へと連続する　下左／山側からホーム越しに駅舎を見る　下右／1891年に開業した初代駅舎。広場側中央に入り口を設けた長屋門のような形状（画像提供／尾道学研究会）

「エムスリーホステル」data

工事種別：新築
用途地域地区：商業地域
建ぺい率：実効56.75％＜制限80％
容積率：実効77.42％＜制限600％
構造と規模：S造　地上2階建て
敷地面積：2497.39㎡
建築面積：1417.06㎡
床面積：1958.54㎡／1階980.32㎡　2階978.22㎡
工期：2017年7月～2019年3月
施工協力：空調・給排水衛生設備／三幸社　電気設備、照明器具／中電工　厨房機器／タニコー　寝台／シェルター　ソファ／イールドインテリアプロダクツ　ラウンジチェア／キタワークス　ベンチ／コーチカズノリ　サイン／創工芸

営業内容

開業：2019年3月10日
チェックイン／アウト：午後3時～午後10時／午前10時
電話：（0848）29-9330
経営者：TLB㈱
客室数：29室66床
主な客室料金：プライベートルーム（シングル／ダブル）1万～　バンクベッドルーム8000　コンパートメント1万2000

主な仕上げ材料

サイン：シルク印刷　MDF
床：客室／パーティクルボード下地サイザル麻カーペット敷き（上田敷物）　ラウンジ／パーティクルボード下地フレキシブルボード貼り　水まわり／男性用・磁器質タイル300角貼り（TL76701／ダイナワン）　女性用・磁器質タイル300角貼り（SIC-R 202 F／名古屋モザイク工業）
幅木：客室／ナラ材貼り錆止め塗装　水まわり／SUS貼り　ラウンジ／ナラ材UC貼り
壁：PB下地　客室／壁紙貼り（TH-9220／サンゲツ）　水まわり／AEP　磁器質タイル貼り（SN-1140S／sugy tile shop）　ラウンジ／AEP　古材レンガ貼り
天井：客室、ラウンジ／PB下地AEP　ケイカル板下地VP
家具：寝台／広島県産杉材板倉構法　ソファ／スプルース材

2F PLAN

1F PLAN 1：800

高架下のトレーラーハウスが
地域の拠点をつくる

Tinys Yokohama Hinodecho

Hostel TINYS YOKOHAMA HINODECHO
Designer Satoshi Ota / office OTA.

神奈川県横浜市中区日ノ出町2-166先

企画・プロデュース／YADOKARI　京浜急行電鉄
設計／office OTA.　大田 聡
協力／サイン・グラフィック　YADOKARI
施工／DDD　京急建設

撮影／千葉正人

「小さな暮らし」を提案するホステル

「Tinys Yokohama Hinodecho」がある日ノ出町・黄金町エリアは、かつて売買春などの違法営業を行う約250の店舗があり、生活環境の悪化が問題となっていました。しかし2005年に神奈川県警察本部が実施した「バイバイ作戦」によって、違法店舗が一斉摘発されます。その後、08年にはアートを生かした新しいまちづくりがスタート。そこから10年が経ち、同エリアに交流人口を増加させることで更なるにぎわいを創出すべく、本プロジェクトが始動しました。

「Tinys Yokohama Hinodecho」は京急線日ノ出町駅から黄金町駅間の高架下に5台のトレーラーハウスを設置した、ホステル×コミュニティースペース×アクティビティーの動産複合施設です。

宿泊部分「Tinys Hostel」は、東日本大震災以降注目を集めつつある「小さな暮らし」（断捨離・ミニマリスト・シンプルライフ・小屋・ノマドなど）を体験できる場所として、新しい住まい方に関心のある人々を呼び込むことに寄与しています。また、小さな暮らしでは、量ではなく質を目指すことができるため、自然素材を多く使用しています。3棟あるホステルはそれぞれ異なる仕上げにし、気に入った雰囲気を選べるようにしています。

また、コミュニティースペース「Tinys Living Hub」では飲食の提供を行うだけではなく、年間200を超えるイベントが企画され、幅広い人々を呼び込み、地元企業と居住者のハブとして機能しています。加えて「Paddlers+」は、目の前を流れる大岡川での水上アクティビティー、SUP（スタンドアップパドルボート）を楽しむための拠点となります。（大田 聡／office OTA.）

京急線の高架下を活用した、ホステルとコミュニケーションスペースの複合施設「タイニーズ 横浜日ノ出町」。目の前を流れる大岡川での水上アクティビティーの拠点でもある。5台設置されたトレーラーハウスの内、3台をホステルに、2台をキッチンや受付、更衣室としている

ホステルとなるトレーラーハウスは別の場所で組み立てられ、敷地までけん引された。内外装の仕上げや屋根形状をそれぞれ異なるデザインとし、「DISCOVERY」「WONDER」「SILENCE」と名付けた。川や通りに面する部分は小さな開口のみ設け、プライバシーに配慮している

ホステル間にはデッキを設け、そこに面した側面は大きく開口を設けている。既存の高架コンクリートが強い表情を持つため、木を多く用いて温かみを演出している。高架下を敷地とする場合、地中梁に荷重をかけないことなど制約が多く生じる。トレーラーやデッキのみで構成しているため、建築面積は０㎡である

ホステル内部。1台に4人まで宿泊可能で、ドミトリーとしての使用の他、トレーラーの貸し切りも可能。ベッド間の間仕切り壁を取り外すと2段のダブルベッドとなる

トレーラー側面の開口からは、土木スケールの柱や隣のトレーラーへと視線が連続する。トレーラーを使用することが前提条件であったため、設計者の大田氏は、形は決まっているが配置は自由という点で「新築とリノベーションの間」と位置付け、設計に取り組んだ

「タイニーズ 横浜日ノ出町」data

工事種別：一戸建て　新築
用途地域地区：商業地域
構造と規模：トレーラーハウス　地上1階
敷地面積：536.6㎡　床面積：69.28㎡（うち厨房6.97㎡）
工期：2017年12月18日〜2018年4月25日
施工協力：空調・電気設備／澤井電機　給排水衛生設備／長利管工　家具、什器／DDD　サイン／HandT&SONS?

営業内容

開店：2018年4月28日
チェックイン／アウト：午後4時〜午後9時／午前10時
定休日：火曜日
電話：（045）334-8309
経営者：YADOKARI㈱
従業員数：サービス2、3人　厨房1、2人　合計3〜5人
客室数：3室12床
主な客室料金：1人3600〜　1棟1万8000〜（4人まで同料金）
主な付帯施設：タイニーズリビングハブ、パドラーズプラス

主な仕上げ材料

屋根：アスファルトルーフィングの上防音シート＋OSBt9下地ガルバリウム鋼板一文字葺き
外装：客室A／透湿防水シート＋耐水合板t9＋木下地接着貼り＋既製20フィートコンテナ下地焼き杉貼り　客室B／杉材下見板貼りの上屋外用塗装　客室C／杉板材うろこ貼りの上屋外用塗装　開口部／木製制作戸　アルミサッシ
床：客室A／捨て貼り合板＋スタイロ下地メルバウ材フローリング貼り　客室B／アカシア材フローリング貼り　客室C／バーチ材フローリング貼り
壁、天井：客室A／PB下地ラワン合板OS塗装　客室B／AEP　客室C／羽目板貼り
家具：ゴム集成材　ラワン合板　シナ合板
照明器具：LEDダウンライト　LEDスポットライト　レセップ＋電球

左／夕景。施設内の「Tinys Living Hub」は飲食店として営業を行う他、イベント会場やコミュニケーションスペースとなる。前面道路側にはカウンター席を設けた　右上／「Tinys Living Hub」店内。高架が持つ直行グリッドの印象を崩すよう、斜めにパーゴラや照明を走らせている　右下／トレーラーを活用したキッチンカウンター。同トレーラーの一部にホステルの受付を設けた

更衣室
更衣室
シャワー
WC
Paddlers+
Tinys Living Hub
キッチン
受付
ホステル
Discovery
WC
ホステル
Wonder
WC
ホステル
Silence
WC
PLAN 1 : 200

家型の客室が立ち並ぶ女性専用ホステル

CAFETEL 京都三条 for Ladies

Hotel CAFETEL KYOTO SANJO for Ladies
Designer Yoshiyuki Morii + cafe co.

京都府京都市東山区大和大路通三条下る新五軒町173 京阪三条南ビル

設計／森井良幸＋カフェ　鳥澤仙好
協力／監修・クリエイティブディレクション　ADDReC　福島大我　小山ひろみ
照明計画　モデュレックス　田中一行　特注照明　八木製作所　北尾博史
施工／内田建設　唐澤和裕

撮影／三嶋義秀

カフェとホステルを融合させた女性専用ホステル「カフェテル 京都三条」。「女子旅をデザインする」をコンセプトに、女性の3人旅をターゲットとしている。グランピングで語らうシーンをイメージした、3名1室のコンパクトな客室が並ぶ

客室をドア方向に見返す。ベッド下は収納スペースになっている

左／廊下を見通す。家形の客室が並ぶ　右／ドミトリー。各フロアに1室ずつ設けられている

宿泊者以外も利用可能な1階カフェは、宿泊客や地域住民の交流の場となることを意図している。柱を軸に大屋根が掛かっているような天井面のデザインは、家が並ぶ宿泊フロアを支える街をイメージしたもの

コミュニケーションを誘発する
コンパクトで心地良い空間づくり

京都・三条の名橋である三条大橋の袂。ここは、東山の山並みを背に鴨川を眼下に臨む素晴らしい景観を持ちながら、京都市中心部の鉄道やバスの交通の要衝でもあり、利便性と自然環境に恵まれた地である。この好立地を生かし、京阪電気鉄道の地下鉄三条駅に直結する地上建物をリノベーションし、女性専用のホステルを計画した。近年、京都市内にも宿泊施設が増え続ける中1、2名やファミリー向けの宿泊施設が多く、3名で快適に過ごせるホテルが少ないことに着目。「女子旅をデザインする」をコンセプトに女性の三人旅にフォーカスした3名1棟という新しい試みを行った。

新しい宿泊のカタチを具現化するにあたり、古いカーテンウォールの建物構造はそのままに内部をスケルトンにし、部屋の一棟一棟を古い建物の中に建築していく手法を取った。棟の形状は、コミュニケーションを活発にする仕掛けとして、あえての究極にコンパクトな客室とした。自然を前に焚き火やキャンドルを囲み語らう、グランピングでのシーンをイメージして形状を絞り込んだ。

既存建物の複雑な内部構造ゆえ、それぞれの客室は似ているようでレイアウトや窓形状、切り取られる景観も全て異なる。それによって、何度訪れても新鮮な体験ができるつくりとなっている。また、カーテンウォールと客室棟の間に生まれる隙間が、自然環境と客室空間の間の縁側のようなあいまいな領域を形成し、景観との新鮮な距離感を生み出している。室内は無駄のない空間利用を徹底。ベッドの下のキャリーバッグ収納や、マットレスの間のキャリーバッグを広げられるスペース、全室個別空調など女性に喜んでもらえるストレスのない快適な空間づくりを心掛けた。空間のコンパクトさがむしろ居心地良く、滞在の楽しさにつながるように細かなところまで配慮を行っている。

〈鳥澤仙好／cafe co.〉

建物外観。京阪・三条駅に直結している

「カフェテル 京都三条」data

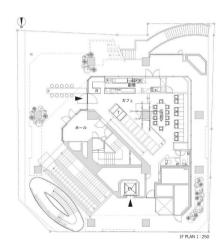
工事種別：内外装　全面改装
床面積：922.4㎡／1階168.8㎡（うち厨房15㎡）　2階376.6㎡　3階377㎡
工期：2018年2月26日～5月15日
施工協力：厨房機器／ホシザキ京阪　照明器具／八木製作所　モデュレックス　家具／オリバー

営業内容

開業：2018年7月2日
チェックイン／アウト：午後4時／午前11時
代表電話：（075）533-8500
経営・運営者：京阪ステイズ㈱
客室数：21室　ベッド65床
主な客室料金：1万2000～
従業員数：5人
主な付帯施設：カフェ

主な仕上げ材料

外壁：ウエスタンレッドシダー材羽目板貼り
床：カフェ／モルタル金ゴテ仕上げ防塵塗装　宿泊エリア／モルタル金ゴテ仕上げ防塵塗装　タイルカーペット貼り
壁：カフェ／樹脂モルタル仕上げAEP　宿泊エリア／AEP　不燃突き板化粧板貼り　木桟＋ビニルクロス貼り
天井：カフェ／高圧木毛セメント板貼り　宿泊エリア／スケルトン　木桟＋ビニルクロス貼り
什器：ドミトリー／ベッド・STパイプ焼き付け塗装＋メラミン化粧板貼り

アメニティーを豊富にそろえたパウダースペース。水まわりは客室外に集約している

ショップ、カフェ、水産工場を併設する
時と旅がコンセプトのホステル

イワシビル

Hostel & Factory & Shop IWASHI BUILDING, Kagoshima
Designer Tatsuya Kimoto / trussarchitect

鹿児島県阿久根市鶴見町26-1

プロデュース／石川秀和
設計／トラス・アーキテクト　志賀建築設計室（建築）
協力／内装・家具・什器　石川秀和
グラフィック・アートワーク　細原裕香
施工／サン・ホーム

撮影／青木勝洋

鹿児島・阿久根にオープンした「イワシビル」。1階をカフェとショップ、2階を水産加工工場、3階をホステルで構成した。通路からドア越しにダブルルームの客室を見る。床はチーク材スプーンカット仕上げ。ベッドは漁協で使用されるパレットの製作工場に特注でオーダーしたもの

地域にあるものから、これまでにないものをつくる

歴史や伝統、そこで根付いた文化はその地域の独自性である。古くからあるものを否定して、まったく新しいものをつくるのではなく、この独自性を見つめ直すことで他には真似できない豊かな未来が見えてくると考えている。独自性は「時」によりできている。そして「旅」は、自分達の独自性を再認識させてくれるもの。旅をすることで自分達にしかないものに気付き、そしてそれをより良くするにはどうすればいいかを考えることができる。

クライアントの企業理念「今あるコトに一手間加え、それを誇りに楽しみ、人生を豊かにする」を基に、「時」と「旅」をコンセプトとして宿泊と店舗、水産加工工場の計画がスタートした。

阿久根市は水産や農業が盛んな、鹿児島県の北部に位置する街である。同市においては、交通事情の変化により、近年宿泊施設が減少してきたこともあり、地域の観光拠点として宿泊施設をつくる必要性があった。

クライアントの水産加工商品の背景に合わせて、デザインソースに地域性や、なぜその材料を使うのかなどの背景を設定。商品販売用什器は干物台を、簡易宿泊所ソファは木製パレットをリメイクし、共同洗面所で使われている亜鉛メッキ鋼板も漁業の町ではなじみある素材だ。その地域にあるものを使い、これまでにないものをつくる。加えて、地方であっても格好良いと思われるものであること。それが地域のプライドになっていく。

〈石川秀和、木元達也／トラス・アーキテクト〉

左／同客室内部。近隣の中学校で使わなくなったイスやテーブルをリメイクしている　右上／客室の窓側からドア方向を見る。ホステルであるため、間仕切り壁と天井の間には隙間を設けている　右下／客室ドアの小さなサイズや形状は、壁面全体とのプロポーションから決定した

「イワシビル」data

工事種別：内外装　全面改装
用途地域地区：商業地域
建ぺい率：実効43.33%＜制限80%
容積率：実効130.56%＜制限400%
構造と規模：RC造　地上3階建て
敷地面積：318.76㎡
建築面積：138.11㎡
床面積：416.18㎡／1階123.71㎡　2、3階各138.11㎡　PH階16.25㎡
工期：2017年5月1日～8月31日
総工費：5760万円／解体撤去費180万円　外構工事費100万円　サイン30万円　内装造作費2500万円　空調設備費200万円　電気設備費650万円　給排水衛生設備費450万円　照明器具費150万円　家具什器費200万円　昇降機（ダムウェーター）設備費1300万円
施工協力：空調設備／高尾野電設　電気・給排水衛生設備／岩崎電設

営業内容

開店：2017年9月9日
チェックイン／アウト：午後3時～8時／午前10時
定休日：なし
電話：（0996）73-3104　経営者：㈱下園薩男商店
従業員数：8人
客室数：7室
主な客室料金：ダブルルーム（2人まで）5500　セミダブルルーム（2人まで）4500　和室（セミダブルルーム、4人まで）7000
付帯施設：水産加工工場、カフェ、ショップ

主な仕上げ材料

屋根：既存　RCの上ウレタン塗装仕上げ
外装：既存　RCの上磁器質タイル貼り
サイン：ネオンサイン
床：RC下地防塵塗装厚塗り仕上げ　客室／チーク材t15貼り（チーク モザイクパーケット／サンワカンパニー）　チーク材スプーンカットt15貼り（マルホン）　畳敷き
幅木：杉材h40
壁、天井：スケルトン　PB下地EP
家具：収納／シナ合板＋パイン集成材　ショップカウンター／人造石研ぎ出し仕上げ
什器：水産加工乾燥用棚リメイクの上SOP　3階洗面天板及びボール／ST溶融亜鉛メッキ仕上げ　ベッド／シナ合板造作

ホテルラウンジ。ソファは土台をパレットで組んだもの。縁側に腰掛けて景色を楽しむ様子をイメージして、ソファ正面の壁には阿久根をモチーフにしたアートワークを飾った

左／セミダブルルームを見る。木に包まれた壁面と天井がコントラストをつくる　右／4人まで宿泊可能な畳敷きの和室

1階のショップからカフェ方向に見通す。陳列什器はイワシの丸干しに用いる棚をリメイクしたもの。カフェエリアのイスは客室と同様に、中学校で使わなくなったものを再利用し、それに合わせてテーブルをデザインした

2階の水産加工工場を見学通路から見る。ここで製造した商品は1階のショップで販売する

「イワシビル」計画プロセス

そこにあるものに再び価値を与える イワシビルの挑戦

鹿児島県の北西部に位置する、人口およそ2万人の港町、阿久根市。中心部の阿久根駅から徒歩およそ10分、商店街を抜けた先に「イワシビル」は立つ。水産加工工場と物販店、カフェ、ホステルからなる複合施設だ。運営する下園薩男商店は、1939年からウルメイワシの丸干しをつくり続けてきた老舗の干物屋である。なぜ老舗干物屋がホステルを始めたのか。同社代表取締役社長の下園正博さん、プロジェクトの舵取りを担った石川秀和さん、設計を担当した建築家の木元達也さんと志賀隆行さんに話を聞いた。

文／編集部　ポートレート撮影／青木勝洋

ホステルと「旅する丸干し」の共通点

1968年に建てられた保険会社のオフィスビルを改装して生まれた「イワシビル」。1階には自社で製造した食品や鹿児島に所縁のある商品を扱うショップとカフェ、2階には丸干しした地元産のウルメイワシに世界各国の味付けを施した「旅する丸干し」などの製造加工を行う工場、3階にはホステルが配置されている。老舗干物屋とホステルの組み合わせはどのようにして生まれたのか。運営者である下園正博さんの父で、下園薩男商店会長の下園満さんが「勝手にビルを購入した」ことがきっかけだという。

「止めるのも聞かずに購入して、用途については『任せる』と。工場併設の店舗をつくりたいと考えてはいたのですが、イメージしていたのは海を見下ろす眺めの良い場所でした。それでも買ったからにはと、工場と店舗を入れることは決めたのですが、3階のイメージが湧かなかった。そこで、石川秀和さんに相談しました」（下園さん）

石川さんは、もともと京都で廃ビルのリノベーションの企画などを多く手掛けてきた。地域おこし協力隊として阿久根を訪れ、任期満了後も阿久根に腰を据え、拠点をつくり、地域の価値を発信し続けている。下園さんから相談を受けて、ゲストハウスにすることを提案した。ちょうど近隣では国民宿舎が潰れ、若い世代が泊まる場所がないという意識もあった。下園さんは次のように振り返る。「ゲストハウスやホステルに泊まったことがなかったので、イメージがあまり湧きませんでした。しかし、工場とホステルの組み合わせはなかなかないし、『旅する丸干し』の『旅』ともイメージがリンクすると考えました」（下園さん）

こうしてプログラムが決定した。

既にあるものに一手間加える

設計に先立ち、二人はイメージを共有することから始めた。石川さんが紹介する事例を見るうちに、下園さんにとってどんな場所にしたいかが明確になっていった。

「最初は懐が分からないので、当時はやっていたインダストリアル系などの事例を見せて探りを入れました。すると下園さんは『ここにあるものに一手間加えた形にしたい』と言ってくれた。それは、祖父の代からつくっているイワシの丸干しをオイルサーディンにした商品のコンセプトとも共通する考えです。その考えを軸に、地域にあるものからデザインソースや素材をピックアップしていきました」（石川さん）

用途変更が必要になると考え、一級建築士の志賀隆行さん、インテリアや家具も手掛け

上／外観。築およそ50年のオフィスビルの表情が残されている
下／ソファの座面は阿久根の海をイメージした図柄。大漁旗を手掛ける業者が制作した

る木元達也さんがチームに加わった。木元さんは「現場を見ながら臨機応変に対応しましたが、明確なコンセプトがあったことと、週に1回擦り合わせを行なったことで、方向性を変えずに最後まで進めることができました」と振り返る。地元の中学校から運んできたイスや、それに合わせて設計したテーブル、漁協で使うパレットを活用したソファなど、地域にあったものが新しい形をつくっている。

地元の職人にとっても新鮮な体験だったようだ。空き倉庫を改修した店舗工事やパレットを使った什器製作等、ここでの経験を生かした新しい取り組みも生まれている。また、イワシビルをきっかけに、同世代が運営する宿泊施設が地域に新しくつくられるなど、地域として迎えられる体制が少しずつ整いつつある。「阿久根以外の場所からも多くの人が見に来ています。イワシビルがあることで街に及ぼす影響を実感し、胸が熱くなりました」と志賀さん。

もともと観光客が多い土地ではないため、下園さんは「基本的に工場として稼働して、宿泊は月に3、4人ぐらいだろう。話題になればいいかな」と考えていたが、実際はその予想を大幅に上回るゲストが訪れており、外国からの旅行者も珍しくないという。

地方から問い直す
リノベーションの意義

多くの地方都市と同様、阿久根においても人口は年々減少している。それを食い止めるためには、若者が地元で就職することが重要だ。イワシビルのスタッフ8人のうち、5人が新卒で入社した地元の女性だという。場所ができて、そこで働きたいと若者が集まる。その点に「建築を使ったシビックプライドの醸成」を実感したと石川さん。今現在の利回りだけではなく、未来に対する指針をつくるという点で、社会的な意義をはらむプロジェクトとなった。

「地方にいると情報が入ってくるのが遅く、肝心な部分が伝わりません。その結果、リノベーションも外見の話に終始しがちでした。重要なのはそこではなく、元からあるものの価値を再構築することです。社会がどんどん変わっていく中で、建築家も自分の、そして建築の役割を問い直さなくてはなりません。経済至上主義ではない次の時代に、『建築が社会にどのような影響を及ぼすのか』ということを考えるきっかけになればと思い、取り組みました」（石川さん）

ものに溢れた現代では、ゼロから生み出すことよりも、既にあるものに再び価値を与える手法が今後ますます重要になるだろう。港町に生まれたイワシビルは、一つの場所が持つ可能性を、そして建築の可能性を拡大している。

歴史ある長屋をリノベーションし
地域と観光をつなぐ拠点をつくる

ちゃぶだい
Guesthouse,Cafe&Bar

CHABUDAI GUESTHOUSE,CAFE&BAR, Saitama
Designer Akihiro Tanaka / coto

埼玉県川越市三久保町1-14

設計／coto　田中明裕
施工／和建築工房　忍田孝二　服部左官　服部幸夫　coto
　　　ワークショップ参加者　ボランティア

撮影／影山優樹

左／年間700万人を超える観光客が訪れる埼玉・川越にオープンしたゲストハウス「ちゃぶだい」。二軒長屋の片側をリノベーションした施設で、小上がりや土間は既存の構成を踏襲している。施工はワークショップ形式で進め、約150人が参加した　右上／入り口からすぐのスペースはカフェ＆バーとして、宿泊客や観光客、近隣住人との交流を意図して設けた。左手の本棚は、建物内に残っていた電話ボックスを活用している　右下／カフェスペースと奥の庭をつなぐ通り庭。赤色の壁面は左官仕上げ

風景を受け継ぎにぎわいを生む

年間730万人以上の観光客が訪れる埼玉県川越。観光スポットの蔵造りの街並みから一本入った住宅街に「ちゃぶだい」はあります。建物は築およそ100年の古民家長屋。元々は肥料問屋兼住居でしたが、近年は空き家になり、10年近く使われていませんでした。ただ、年に1回だけ、山車が街中をねり歩く川越祭りの時に、会所として地域の方々が集う場所になっていました。

「ちゃぶだい」の運営は、川越市が主催する「まちづくりキャンプ」で出会ったメンバー3人が行っています。施設は、ドミトリー2室と個室（和室）の3室からなるゲストハウスと、地域の野菜を使ったサンドイッチなどを提供するカフェで構成。運営は別になりますが、古い倉庫を改装してできた手づくり眼鏡の工房も併設しています。

設計のポイントとして、祭りの会所を通して地域の方々が関わってきた場所のたたずまいをなるべく残したデザインを心掛けました。剥がした板材を削って床板に、葺き替えた瓦はタイル状にカットして外壁に貼るなど、解体した廃材の再利用も積極的に行いました。歴史ある古民家で、旅人やご近所さん、観光客がゆっくり落ち着ける空間を目指しています。

また、つくる過程にもこだわりました。“みんなと一緒につくる”をコンセプトに企画した施工ワークショップを4回開催した他、連日のサポートで、述べ150人以上が関わって工事を行いました。

通りや街の風景を変えずに、新たなにぎわいを創出することで、地域に愛される場になればと思っています。　〈田中明裕／coto〉

上／宿泊客用の「ゲストラウンジ」から、カフェ＆バーの客席として利用される「パブリックラウンジ」を介して前面道路が見える　下左／ゲストラウンジから、祠が残る庭を見る。建物と同様、庭もワークショップによって整えた　下右／庭に立つオーダーメイドの眼鏡店「澤口眼鏡舎」の設計は、川越を拠点とする建築設計事務所mizutani design architects studioが手掛けた。敷地に残っていた倉庫を改修したもので、ゲストハウスとは運営が異なる個人店。通り庭からアプローチする。左手のテラスは、カフェの客席として利用される

上／8人が泊まれる1階のドミトリー　下左／ドミトリーには2段ベッドが四つ並ぶ。壁の左官仕上げはワークショップで行ったもので、解体した土壁の土を再利用している　下右／2階の女性専用ドミトリー。左手のスペースは元々階段室だった

上／2階個室。1～3名が宿泊可能。天井の小屋組みを現しとしている　下左／床の間の造作は、棚の紙を貼り替えた他はほとんど既存のままとした　下右／2階個室前に設けた洗面スペース。元々は押し入れがあった

外観。左手の白壁を蔵から着想して新設した他は、元のたたずまいを継承している

「ちゃぶだい ゲストハウス、カフェ＆バー」data

工事種別：内装のみ　全面改装
構造と規模：木造　地上2階建て
敷地面積：282.01㎡
建築面積：110.71㎡
床面積：146.28㎡／1階110.71㎡（うち厨房5.6㎡）
2階／35.57㎡
工期：2018年6月25日～10月31日
総工費：1500万円／解体撤去費50万円　外構工事費80万円　内装造作費860万円　空調設備費150万円　電気設備費100万円　給排水衛生設備費100万円　厨房設備費80万円　照明器具費20万円　音響設備費10万円　家具什器費50万円
施工協力：左官／服部左官

営業内容

開業：2019年1月11日（カフェ＆バーは2018年11月17日開業）
チェックイン／アウト：午後4時30分／午前10時30分
定休日：水曜日
電話：(049) 214-1617
経営者：㈱ちゃぶだい
従業員数：サービス1、2人　厨房1、2人　合計2～4人
客室数：ドミトリー2室12床　個室1室
主な客室料金：男女混合ドミトリー3400　女性専用ドミトリー3500　個室／和室（1～3人）1人6500　2人8500　3人1万
主な付帯施設：カフェ＆バー、澤口眼鏡舎

主な仕上げ材料

床：杉材貼り（西川材）　カフェラウンジ／解体古材貼り　ゲストハウスラウンジ、和室／畳貼り　トイレ、シャワー室／塩ビシート貼り
壁：漆喰仕上げ
天井：小川和紙貼り
家具：既存家具一部加工

2F PLAN

1F PLAN 1：200

「ちゃぶだい ゲストハウス、カフェ＆バー」記事

「仕組み」と「つくる過程」から始める 地域と観光をつなぐ ゲストハウスづくり

歴史的建造物が残る街並みは観光客を呼び込む。一方、それぞれ別のオーナーが所有する一つひとつの建物を残すことは容易ではない。更に、観光地化によって、元々の住人と観光客間のトラブルも発生しかねない。そうした難しさを乗り越え、「ちゃぶだい」は実現した。ポイントは「つくる過程にこだわること」と「仕組みづくり」。そう話すのは、設計と運営を手掛ける田中明裕氏だ。「ちゃぶだい」以外にも埼玉・川越で複数の店を手掛け、地域と観光をつないでいる。

取材・文／加藤 純　ポートレート撮影／影山優樹

一歩目は街と関わること

川越市に隣接する日高市で育ち、現在もその地で暮らしながら、東京・中目黒でリノベーション会社cotoを経営する田中明裕氏。以前から地元でも活動したいと思っていたところに、川越市の産業振興課が主催する「まちづくりキャンプ」を知り、参加した。初年度の内容は、四つのグループに分かれて、各グループが空き家について事業企画を考え、実際に事業化まで進めていくというもの。田中氏のグループはゲストハウスの実現を目指したが、オーナーの都合で見送りとなってしまう。他方、他のグループで進んでいた長屋リノベーションプロジェクトのメンバーから要請を受けて、内装設計者として参加。その時のメンバーを中心に家守会社「80％」を設立した。業務内容は、リノベーションの手法を用いてのまちづくり。空き家をリノベーションし、貸し出せる状態に整えた上でサブリースなどを行なっている。同社が拠点としている「旧大工町長屋」も80％が改修した建物で、テナントとして入居するカフェ「glin coffee」とバル「すずのや」の内装も、田中氏が設計した。

「旧大工町長屋」外観。かつては洋品店やバイク屋、青果店が入居していた（撮影／影山優樹）

残された「モノ」を継承し、新しい「コト」を迎える

その活動の一方で、ゲストハウスに適した物件を探し続けていた田中氏らは、川越市の歴史的市街地に位置する三久保町という地で、築100年を超える民家の紹介を受ける。空き家になっていたが、川越まつりの際には地域の会所として使われる、地域住人にとって大事な建物だった。そこを整備したのが、ドミトリーと個室、カフェバーからなる「ちゃぶだい」である。田中氏は「宿泊者や観光客を始め、近隣の住民や店舗など、さまざまな人とモノ・コトがつながっていく施設を目指しています」と狙いを語る。

上左／「旧大工町長屋」に2017年6月にオープンした「すずのや おやさいとくだものとお酒と」 上右／「すずのや」の隣に入居するカフェ「glin coffee」。「旧大工町長屋」の解体や内装の多くは80％自らによるセルフリノベーション（2点撮影／影山優樹） 下左／「ちゃぶだい」改修前の様子。小上がりになった畳間や柱はそのまま残した 下中／地域の住人に向けて開かれた説明会 下右／延べ150人以上が参加したワークショップの様子（3点画像提供／coto）

プロジェクトに着手した当初、ゲストハウスへの不安を感じる近隣住民へのケアが必要と考えた田中氏は、地域の自治会長への挨拶を始め、近隣説明会を実施。また、敷地内に祠があったことから、工事前には近隣の神社の神主に祈祷を依頼した。築年数の経った建物は、耐震性を確保した上で、できるだけ既存を生かした。田中氏は「手垢がたくさん付いた古い建物は再現性がなく、オンリーワンの存在。場所と時間の魅力を残したいし、新しいものを入れるにしても街の風景を変えないようにしたい」と言う。この民家でも通りに面したファサードの表情はほとんど変えず、カフェ部分に新設した壁にも、葺き替えた一部の屋根瓦を割って貼り付けた。床材には土間に敷かれていた板材を再利用した他、西川材という埼玉県産の杉材を用い、壁には小川町で生産される小川和紙を使用。地域資産を活用し、建物と街の歴史を継承する姿勢が表れている。

ワークショップで当事者を増やし、ファンや仲間をつくる

改修工事は、さまざまな職能を持つプロジェクトメンバーに加えて、SNSなどで参加者を募るワークショップを随時開催。延べ150名程が関わり、断熱を伴う床工事や壁工事、漆喰を塗る左官工事、タイル工事、デッキを含む外構工事などを完了させた。「イベントとしてのワークショップを4回開催したが、毎回のように面識がない方々が一定数参加していた。ワークショップは人手の掛かる作業を進める狙いもあるが、建物に関わる当事者を増やし、これからできる場所のファンや仲間を増やすのが第一の目的。『ゲストハウスを自分の宿と思ってほしい』と呼びかけていた」と振り返る。改修を地域の共同体ではなく、関心と興味が共通するコミュニティーで行う、現代ならではの方法と言えるだろう。

街全体が宿泊施設

「オープンして間もないが、地域の人に愛されている反応を得られている。リニューアル後も、街に開くことが大事」と田中氏は言い、「ちゃぶだい」はオープン後も引き続き、川越まつりの会所として使う予定だ。現在のところ「ちゃぶだい」は、旅館業ではなく民泊として営業している。地域のホテル建設を抑制しようとするかつての条例が残っているためであるが、条例改正の動きもあるという。将来に備えて、トイレの数など設備関連を整えながら改修を進めた。田中氏は「観光だけではなく、街全体を楽しんでほしい」と言う。朝食、夕食は提供せず、宿泊客は街に出て地元で愛されている飲食店で食事を楽しむ。風呂もシャワーしかないため、近隣の銭湯を勧める。一つの宿で完結するのではなく、街全体が大きな宿泊施設だという考えだ。「民泊代行の許可も事務所で取得したので、街の中にもベッド数を増やしていきたい。更に今後は川越を拠点として埼玉県西側エリアへの関心を高めるため、農業収穫体験や自転車ツーリングなどを企画していければ」と、田中氏は将来の展望を語る。〈了〉

たなか・あきひろ
1971年埼玉県日高市生まれ。大学で建築を学び、実務経験を経た後2014年リノベーションを中心に設計、施工を手掛けるcotoを設立。まちづくり会社80％設立メンバー。「ちゃぶだい Guesthouse,Cafe&Bar」の運営を行う「ちゃぶだい」共同代表。ホテル「MALDA」（18年12月号）の設計施工も手掛けた。

ホテル特集関連号

新築、改装、リノベーションなど、日本全国でホテル開業ラッシュが続いています。ホテルやホステルに関する、設計資料が求められています。そこで、「月刊 商店建築」と増刊号では、ホテルに関する資料の発刊に力を入れています。写真、図面、インタビューを通して、コンセプト立案から客室設計の技術まで、ホテルづくりの要点を掴んでください。

5 2019

定価2,100円(本体1,944円)

「商店建築」2019年5月号

ホテル大特集

- ハイアット リージェンシー 瀬良垣アイランド 沖縄（橋本夕紀夫デザインスタジオ）
- ログ（スタジオ・ムンバイ＋六車誠二建築設計事務所＋せとうちホールディングス＋奥田建築事務所）
- 浜町ホテル&アパートメント（UDS＋ザ レンジデザイン）
- マスタードホテル 渋谷（トリップスター）

特別企画／地域に泊まり、文化を体験するホテル

- 季楽 京都 本町（乃村工藝社、エトア アーキテクツ）
- エンソウ アンゴ（内田デザイン研究所）
- ノーガホテル 上野（清水建設、フォワードスタイル、エンネデザイン）

ホテル開業プレビュー 第2弾2019～2022

…他多数掲載

12 2018

定価2,100円(本体1,944円)

「商店建築」2018年12月号

ホテル大特集

- ザ・ウェアハウス -川崎キングスカイフロント東急REIホテル-（窪田建築都市研究所）
- 芦屋ベイコート倶楽部 ホテル&スパリゾート（日建設計／日建スペースデザイン）
- マルダ 京都（バカンス／coto）
- 星野リゾート オモファイブ 東京大塚（佐々木達郎建築設計事務所　竹中工務店）
- 9h ナインアワーズ 浅草／赤坂（平田晃久建築設計事務所）

…他多数掲載

増刊号

定価3,500円(本体3,241円)

GOOD DESIGN HOTEL vol.2

巻頭では、デザイナーが手掛けたホテルのグラフィックやサイン、アメニティ、グッズなどについて、インタビューを交えながら紹介！

- MUJI HOTEL SHENZHEN
- hotel koe tokyo
- HOTEL LOCUS
- 星野リゾート OMO5 東京大塚
- 9h nine hours Akasaka
- WOOD DESIGN PARK
- guntû

…他多数掲載

増刊号

定価3,240円(本体3,000円)

GOOD DESIGN HOTEL

グランドホテルやライフスタイルホテルから、旅館、アート系コンセプトホテル、ドミトリーまで多種多様な30件の宿泊施設を掲載！

- コンラッド大阪
- PARK HYATT GUANGZHOU
- 名古屋プリンスホテル スカイタワー
- 星のや東京、富士バリ
- 京都グランベルホテル
- ホテル アンテルーム京都
- ワイアードホテル浅草

…他多数掲載

書籍

定価(本体4,200円＋税)

CREATIVE HOTEL & COMMUNICATION SPACE

ホテルを中心に、UDSの手掛けた空間を通して、ハードとソフトを一体化した、半歩先の空間デザインを捉える。

- ホテル アンテルーム 京都
- 新宿グランベルホテル
- ホテル エディット 横濱

…他多数掲載

[座談会] 今、ホテルをデザインしながら私達が考えていること

ご注文は商店建築WEBサイトより ☞ https://www.shotenkenchiku.com

[特集]

人生の節目で、日常の中で、
人が集いたくなる

現代のサロン空間

平成の30年間で、日本では地縁・血縁・社縁といった
中間共同体の存在感が薄れ、人々は社会的紐帯を失いつつあります。
そんな時代に商空間デザイナーに求められているのは、
人々が人生の節目や日常生活のワンシーンで集いたくなる空間を生み出すこと。
重要なのは、「素材感溢れるカジュアルな空間」と「食」。
それが「現代のサロン空間」の在り方です。

扉撮影／長谷川健太

訪れる全員が主役となる「祝いの場」

IWAI OMOTESANDO

Ceremony Space IWAI OMOTESANDO, Tokyo
Designer Masaki Kato / Puddle

東京都渋谷区神宮前5丁目6-15

企画・プロデュース／クレイジー　パシフィックダイナーサービス
設計／パドル　加藤匡毅　佐藤佑樹　スチュアート テイラー
協力／PM・実施設計　キャンプサイト　橋本健一
特注家具製作管理　キャンプサイト　八柳有子
照明計画　モデュレックス　服部剛司　瀧川将太
特注照明　ニューライトポタリー　永冨裕幸
植栽　TSUBAKI　宮原圭史　山下郁子
音響　ソウルピーナッツ　宮本じゅん
特注音響　小松音響研究所　特注ハンドル　ROCALOGIC　清水潤一
施工／ディー・ブレーン

撮影／ナカサ&パートナーズ（特記除く）

左／東京・表参道の喧騒から小道に入った場所に立つ「IWAI OMOTESANDO」。結婚式場だった建物2棟をリノベーションし、結婚式を始めとしたさまざまな祝いのための施設とした　右／エントランスアプローチの「参道」は、朱で染めた赤杉が縁取る20ｍの通路。足元に敷かれたコンクリート平板の幅は1140㎜とあえて狭くすることで、1人で歩きたくなるよう意図した。ここを歩く数十秒間によって、自分と向き合い、お祝いする相手との関係を思い返す、「気持ちを高めるような時間」を設計している

これまでの時間と
これからの未来をつなぐ

クライアントより、「不必要な装飾のない、本質的な空間にしたい」という要望を受け、「人生のさまざまな“祝い”の場にふさわしい、全員が主役になるセレモニーの空間」というコンセプトを導き出した。主催者側が見せたい姿を披露するだけの空間ではなく、その場に集う全員が“祝う”ため、主体的に存在できるようなデザインを目指した。

そこで必要となったデザインは、高砂や教会式の内装ではなく、この場を訪れる一人ひとりに“お祝いをする気持ち”をつくること。そこでエントランスアプローチとして20mの「参道」を設けた。人が1人歩ける幅のこの参道は、建築の入り口までの空間と数十秒の時間をつくり、祝いの席への神聖な気持ちを高める装置となった。施設の顔となるこの参道により、2棟に分散した印象だった既存建築を一つにする建築的な解決と、2棟をまたぐ施設内の動線に「森」をつくることにつながった。

エントランスホールを入ると現れる「レターギャラリー」は、中心にポストを設置したシンメトリーな空間で、ポストには主催者から参列者に宛てた手紙が入っている。パネルに各参列者の名前と主催者との関係を表すキャプションが表示され、主催者とのつながりを思い出すと共に、参列者同士の交流を促す仕掛けとした。中庭を抜けて「参道」と同様に1人分の幅に設定した廊下を進むと、人前式のための「セレブレーションホール」が広がる。廊下の丸窓から差し込む外光と景色が空間の中心に立つ主役の背後を美しく演出し、スポットライトのみを設け照度を落とした廊下はホールへの入り口を最低部とした、ゆるやかなすり鉢状のスロープになっている。大切な人達と過ごす今日という日が、これまでの時間とこれからの未来の間の一点であること感じさせるための設計とした。

〈加藤匡毅／パドル〉

建物内に入り、来場者を最初に迎える「レターギャラリー」。わずかにテーパーがかかった正面の壁面には、メッセージが表示されるサイネージ付きのポストが取り付けられ、新郎新婦など主催者から出席者1人ずつに宛てた手紙がポストに入れられる。手前の展示台には、主催者のこれまでの軌跡を示す品々が展示される

上／エントランス脇に設けた受付カウンター。床材のコンクリート平板は参道から連続する　中／エントランスとレターギャラリーの間にある450㎜のレベル差を利用して設けたベンチ。エントランスがある西側の棟では細部に銅を、東側の棟では真鍮を各所に使用し、少しずつ異なるイメージを付与する　下／東側の棟へは、森を介してアプローチする。日本の樹種を中心にした構成で、季節によって表情を変える

「セレブレーションホール」へ続く廊下。中央に見えるホールへのエントランスを最低部としたスロープと、鏡面仕上げのドアに映り込むスポット照明が、今日という日がこれまでと、これからの間の一点であることを表現している

「イワイ 表参道」data

工事種別：内外装　全面改装
床面積：1084.5㎡（うち厨房133.5㎡）／W棟・1階110.9㎡　2階102.5㎡　3階78.2㎡　E棟・1階258.7㎡（うち厨房74.7㎡）　2階239.2㎡（うち厨房23.5㎡）　3階194.5㎡（うち厨房24.3㎡）　4階100.5㎡
工期：2018年8月27日〜2019年1月27日
施工協力：家具／センプレ　栄進物産

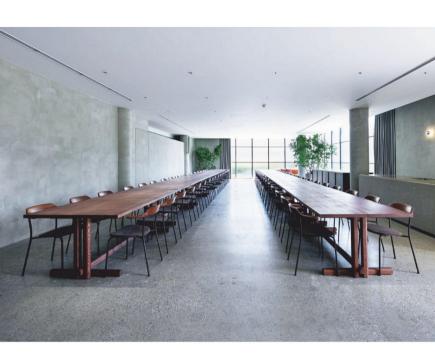
営業内容

開業：2019年2月1日
営業時間：午前10時〜午後8時30分
定休日：月・火・第1水曜日、水曜日午前
電話：(0120) 181-904
経営者：㈱CRAZY
1日の従業員数：サービス9人　厨房6人　合計15人
会場使用料：婚礼利用40万　法人利用（1時間）セレブレーションホール5万　ゲストルーム5万　リビングルーム5万　プライベートルーム3万　レターギャラリー5万　全館貸切（8時間）140万
一日の最大利用組数：3組
主な施設と収容人数：セレブレーションホール70名　ゲストルーム72名　リビングルーム40名

主な仕上げ材料

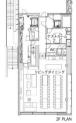
屋根：既存
外装：1、2階／モルタル仕上げ　軒下／レッドシダー材貼り　ルーバー、新規壁面／レッドシダー材染色仕上げ
外構：コンクリート平板貼り
サイン：SUS切り文字
床：W棟／1階・コンクリート平板貼り　2階・既存コンクリート磨き仕上げ　3階／モルタル金ゴテ仕上げ　E棟／1階廊下・コンクリート平板貼り　2階・既存コンクリート磨き仕上げ　3階・特注フローリング貼り　4階個室・既存コンクリート磨き仕上げ　4階廊下・サイザルカーペット敷き込み
壁：W棟／1階・モルタル金ゴテ仕上げ　白漆喰仕上げ　銅板貼り　2階・モルタル金ゴテ仕上げ　3階・モルタル金ゴテ押さえ　ウォールナット材貼り　E棟／1階セレブレーションホール・モルタル金ゴテ仕上げ　1階廊下・リシン吹き付け　2階バンケット・モルタル金ゴテ仕上げ　2階キッチン・窯業系内装ボード貼り（ソリド／ケイミュー）　3階バンケット・モルタル金ゴテ仕上げ　3階廊下・AEP　焼き杉板貼り　4階個室・モルタル金ゴテ仕上げ　樹脂系複層仕上げ材塗装（ジョリパット／アイカ工業）　4階廊下・AEP　焼き杉板貼り
天井：W棟／1階・AEP　2階・AEP　レッドシダー貼り

3階・既存スラブの上吹き付け塗装　E棟／1階セレブレーションホール・モルタル金ゴテ仕上げ　1階廊下・リシン吹き付け　2階・既存コンクリート磨き仕上げ　3階・AEP　レッドシダー材貼り　4階AEP　不燃木貼り
家具、造作：W棟／1階カウンター・コンクリート平板貼り　銅板　1階展示台・コンクリート平板　ST焼き付け塗装　1階ポスト・モルタル金ゴテ仕上げ　ST焼き付け塗装　3階カウンター・ウォールナット材　白漆喰　3階ベンチ・ウォールナット材ウレタン塗装　ファブリッククッション　E棟／2階キッチンカウンター・ソリド貼り　SUSバイブレーション仕上げ　2階バンケット内カウンター・札幌軟石　真鍮バイブレーション仕上げ　2階テーブル・オーク材染色仕上げ　3階カウンター・モルタル金ゴテ仕上げ　真鍮小口
照明器具：E棟／3階キッチン特注ペンダント照明・真鍮へら絞り

左／セレブレーションホール。主役を中心に参加者が向かい合う構成。廊下に設けられた丸窓からは、外光や森の景色が飛び込んでくる　右／壁や天井の角を取ることで、光が空間を柔らかく縁取る。イスの縁はオーク材

左／3階リビングダイニングはホームパーティー風の会場。床のフローリング材は1階のコンクリート平板と同じ寸法としている　右／リビングダイニングの一画にはソファスペースを設け、よりアットホームな会場とした。右奥の真空管アンプはパドルと小松音響研究所の共同設計

左／2階バンケット。高砂を設けないことで、主役の2人とゲストが同じテーブルを囲む　右上／4階「スタディルーム」。式前日に家族と過ごすなど、住宅のような使われ方を意図した　右下／4階「ベッドルーム」。結婚式だけではなく、アニバーサリーや還暦のお祝いなどさまざまな使い方に対応する

ミーティングに使用する西棟5階のカフェスペース

左／親族控え室として利用できるファミリールーム　右／ドレッシングルーム

Interview

集まる人が主役になる、祝う気持ちが彩る空間

Puddle 加藤匡毅 × CRAZY 山川 咲

ウェディングプロデュースを手掛けるクレイジーは、自らの式場を持たず、「世界に一つだけの結婚式」を数多く提案してきた。東京・表参道に誕生した「IWAI OMOTESANDO」は、同社にとって初めての自社式場である。大型拠点を構えるに至った背景や、場所を持つことの意義について、同社のブランドマネジャーである山川咲さん、「式場の設計は初めて」と話す建築家の加藤匡毅さんに話を聞いた。

文／編集部　ポートレート撮影／堀口宏明

形式ではなく概念を提供する

— 式場をつくることとなった経緯を教えてください。

山川　私達は、オーダーメイドの結婚式を提案するというよりも、結婚式を通してその人の「人生編集」をしているのです。結婚する2人の人生を、集まったゲストにどう伝えるのか。みんな違う個人なので、それぞれに違ったアウトプットがあるはずです。その人自身が輝く式をいつも考えてきました。創業時は「会場なんて！」と思っていたのですが、それは会場が決まった形式を推奨するものになっていたからです。IWAIは、式を挙げる2人が輝ける場所です。デコラティブに飾り付けるのでも、2人に付加価値を与えるのでもない、その人自身が輝ける場所。会場をベースにして、形式ではなく概念での結婚式をより広く届けたいと考えました。

加藤　一般的な式場とは、アプローチから異なります。数時間の式で喜んでもらって利益を出すことが目的ではなく、その人の人生をどう表現するかが重要なのです。

後ろ姿からイメージした、人が中心にいる空間

— クレイジーのコンセプトをどのように形にしたのでしょうか。

山川　空間づくりは初めての挑戦で、どうつくるかが全く分かりませんでした。「自分の人生で良かったと思えるような結婚式にしたい」「自分の意思で生きる人を増やしたい」と、思いは強く持っていたのですが、加藤さんからは「それだけじゃ建築はできない」と言われました（笑）。

加藤　最初は大変なことも多かったです。咲さんからは次々とやりたいことが溢れてきて、どんどん考えを更新していく。しかしその中でも、つくりたい空気感は一貫していました。それは「人が中心の空間をつくりたい」「空間にノイズはいらない」ということ。クレイジーチームがその気持ちを丁寧に構築してくれて、方向性は決まっていきました。「手紙というメディアで最初に迎えて」のように、「ここではこういう気持ちになってほしい」と咲さん達が言葉にしてくれて、気持ちと場所が一致した時にデザインができるようになったのです。

山川　「こうしておけばお祝いっぽいでしょ」と飾り付けられた式場はたくさんあります。デコレーションによって「2人は特別だよ」と付与しようとしているのです。それは、人生の節目には適していません。私達が伝えたいのは、「あなた自身が素敵なんだよ。あなたの中に素晴らしさがあるんだよ」ということ。そのために必要なのは2人と、2人を祝う人達。形からではなくそこで過ごす人達から考えて、ここにはどんな体験があって、そこにはどんな建築があって、というのを色々な方向からイメージしました。

加藤　高砂も十字架も、ある意味でアイコン的で、デコラティブです。人を中心に、本当に必要なものだけを考えました。参加する皆が空間体験の中で自分のことを振り返り、その人との関係も客観視する。そこから自分の未来まで想像するような、シークエンスを持った空間づくりがイメージできたのです。IWAIというコンセプトができて、エントランスの参道を歩く数十秒という時間の設計につながり、ポスト

左／「リノベーションでなければ生まれなかった」と両者が話す森。既存の2棟をつなぐ役割を持ち、四季折々異なる表情を見せる　右上／エントランスの「レターギャラリー」。役職ではなく個人同士の関係性が先に立つことを意図した（2点撮影／ナカサ&パートナーズ）　右下／加藤匡毅さん（左）と山川咲さん（撮影／堀口宏明）

で手紙を受け取って、森を抜けセレブレーションホールへ行き着く。この場所で過ごすことで、自分のことも、大切な人のこともそれまでと違って見える。訪れた人にはそんな体験をしてほしいです。

関わる人、訪れる人全員にとって節目となる場所

― クレイジーにとっても、パドルにとっても式場をつくるのは初めて。自分達がつくりたい場所について、確信を得た瞬間はいつだったのですか。

加藤　設計が大体決まって、解体したタイミングで「スケルトンパーティー」を行いました。咲さんとクレイジー代表取締役の森山さんを中心に30人くらいが集まって、この事業を祝うために何もない解体現場で食事をしたんです。その体験が確信になりました。装飾がなくても、人がいて、関係性が生まれて、祝う気持ちがあればそれが形になる。

山川　完成後と同じ機能で行いました。手紙を渡して、食事をして。大事にしたかったのは、建物にどれだけ思いを込められるかということです。関わる人皆が、何もない空間に「素晴らしいと信じることができる何か」を詰め込めるか。その時に見えた気がしました。

加藤　ここに関わった人は、既存もスケルトンの状態も知っています。過去があった上で現在を見ているので、新築の状態が唯一になるのではなく、これから先を想像して、この場を育てていける。完成した状態だけを見て、素敵な内装だと思っているのではそうはなりません。変えたいと思ってもどこに釘を打てばいいのかも分かりませんし、そもそも「知りたい」という気持ちを止めてしまうことになります。その点はリノベーションの良い所でもあります。

山川　ずっと向き合ってきたので、建物の本音を知っているような感覚です。つくっている時は既存の丸柱がとても嫌いでした（笑）。どのフロアにもあって、扱いづらくて。でも提案を重ねる内に愛着を持てるようになった。

― 竣工が完成ではないというのは、結婚式を一つの節目と捉えるクレイジーの考え方とも共通していますね。

加藤　設計期間は短く、とても大変なプロジェクトでしたが、IWAI以前と後とでは僕の考え方も大きく変わりました。ここでの式を通して感じてほしいことを僕もまさに感じているので、パドルにとってもクレイジーにとっても、大きな財産であり、節目となったプロジェクトです。

〈談〉

かとう・まさき／1973年大阪生まれ。隈研吾建築都市設計事務所などを経て、2012年設計事務所Puddleを設立。建築、インテリアの設計を行う。最近の仕事に「EN STUDIO」（19年3月号）や「TABI LABO」（18年10月号）、「ANOTHER 8」（18年3月号）など。

やまかわ・さき／1983年東京生まれ。コンサルティング会社での勤務を経て28歳でCRAZYを起業。完全オーダーメイドウェディングのブランド「CRAZY WEDDING」を立ち上げ、約1200組を超える結婚式をプロデュースしている。

食を囲む営みが通り沿いに
溢れ出すシェアキッチン

KITCHEN STUDIO SUIBA

Share Kitchen Space KITCHEN STUDIO SUIBA, Tokyo
Designer Jo Nagasaka / Schemata Architects

東京都中央区京橋1丁目12-7

企画／THINK GREEN PRODUCE
設計／スキーマ建築計画　長坂 常　坂本拓也
協力／構造設計　TECTONICA　鈴木芳典　五十嵐日奈子
　　　設備設計　ピロティ
施工／日南鉄構

撮影／長谷川健太

ファサード夕景。高さ約4.5mのサッシが建物の透明性を高め、レンガ敷きの床が外の舗装道路とつながり、内外の境界をあいまいにする

1階厨房からエントランス方向に見通す。シェアキッチンスペースとして、飲食パーティーやテストキッチンなどの「食のコンテンツ」の他、ポップアップや貸しスペースとして利用される

上左／1階を階段から見下ろす　上右／2階スペース　下左／1階の厨房背面の棚。L字型の鉄板を丸鋼とアングルの間にはさみ固定している。用途によって抜き差しできる仕組みとした　下右／建物間の幅約1mの隙間を利用したスタンディングカウンター

建物俯瞰。東京・京橋の昭和通り沿いに位置する

二つの目線を引き付ける建築

京橋のレンタルキッチンの新築計画である。インターネットによって情報伝達が双方向になり、リアルな空間でも主客の関係が双方向であることが自然と受け取られるようになった。一方向のやりとりでは満足できない人が増え、参加型のお店としてレンタルシェアキッチンのニーズが高まっている。そこではさまざまな業種の人を招き交流を楽しむパーティーをしたり、飲食店を貸し切り出てくる食べ物や飲み物をただ待つのではなく、互いにつくり合い宴会を楽しんだり、企業がお客様に実体験していただくショールームとして利用したりする。

この建物は、道路幅の広い昭和通り沿いにあることから、近距離と遠距離の二つを楽しむことができるのも特徴である。土地の両隣が本建物と同じオーナーであることから、建物間の隙間を積極的に利用する近距離目線での計画と、対岸から見ると一際小さいながらも透明感が高く中を覗き込んでしまう遠距離目線での計画、二つの方向性があった。その結果、正面にはその建物には不釣り合いなまでに大きな引き戸、そして脇道を入ってたどり着く狭い二つの入り口が存在する。また、正面の通りから見ると一番奥に位置する建物との隙間にもカウンターテーブルを置き、居場所として楽しめるようになっている。

更に、室内の床の素材を外の歩道と同じ仕上げ（しかし工事完了前にその舗装が敷き変えられるという事件が起こる）にすることで、より正面の透明性を強調している。

〈長坂 常／スキーマ建築計画〉

「キッチンスタジオ スイバ」data

工事種別：一戸建て　新築
用途地域地区：商業地域
建ぺい率：実効72.87％＜制限90％
容積率：実効142.07％＜制限800％
構造と規模：S造　地上2階建て
敷地面積：60.1㎡
建築面積：43.8㎡
床面積：85.39㎡／1階43.8㎡（うち厨房12㎡）　2階41.59㎡
工期：2018年7月17日〜2019年1月31日
施工協力：厨房設備／ホシザキ東京　音響設備／ホワイトライト

営業内容

開業：2019年2月15日
営業時間：午前9時〜午後11時　定休日：なし
電話：(03)6438-9706　事業者：東京建物㈱
運営者：㈱THINK GREEN PRODUCE
利用料金：2フロア利用／4時間プラン6万4000（延長利用1時間1万6000）　6時間プラン9万（延長利用1時間1万5000）　終日プラン19万6000（延長利用1時間1万4000）　1フロア利用（3時間〜）／1階のみ利用プラン、2階のみ利用プラン各3万（延長利用1時間1万）
主な使用用途：シェアキッチン利用／飲食関係者によるメニュー開発、店舗展開を見据えたマーケティング調査を行うテストキッチン、期間限定で店舗展開を行うポップアップ利用など　貸しスペース利用／会議室、研修利用やワークショップなど

主な仕上げ材料

屋根：デッキプレート＋断熱ボード下地シート防水仕上げ
外装：ALC弾性アクリルリシン仕上げ（ソフトリシン／エスケー化研）　STカーテンウォール　複層ガラス
床：モルタル下地スライスレンガ敷き撥水剤塗布
壁：LGS組みPBt9.5下地不燃針葉樹合板ポリウレタンエナメル塗装
天井：LGS組みPBt9.5下地ケイカル板EP
階段：段板／チェッカープレートSOP　手すり／面材・エキスパンドメタルSOP
家具：イス（CASTOR STOOL PLUS、CASTOR BARSTOOL LOW／カリモクニュースタンダード）
什器：針葉樹合板ポリウレタンエナメル塗装　カウンター／天板・アクリル樹脂（FENIX NTM／Arpa）
照明器具：ダウンライト　特注色スポットライト（遠藤照明）

1F PLAN 1：150　2F PLAN

「志村電機珈琲焙煎所」。店内には生豆が並び、焙煎機からは香ばしい香りが漂う。家電修理サービスなどを行う電機店側には電球などの家電小物が並ぶ

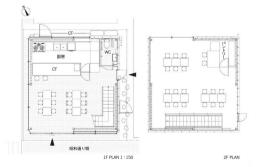
夫婦が営む町の電機店と
珈琲焙煎所の複合ショップ

志村電機珈琲焙煎所

Electric Appliance Shop + Coffee Roaster
SHIMURADENKI COFFEE ROASTER, Tokyo
Designer Fumihiko Fujii / fan Inc.

東京都練馬区春日町1丁目11-1

設計／ファン　藤井文彦　細野夏美
協力／照明計画　大光電機　小林由幸
施工／志村電機

撮影／ナカサ＆パートナーズ

上、下／電機店側から店内を見通す。ロングカウンターが、夫が営む電機店と妻が営む珈琲焙煎所をつなぐ

夫婦の間に壁をつくらず楽しく連携できるお店

約1年前に、コーヒー焙煎店を営まれている奥様から、店舗の改装依頼の電話をいただきました。現地に伺うと、ご主人が経営する電機店の半分のスペースが棚で仕切られ、コーヒー焙煎店のスペースになっていました。奥様からの要望は、壁でしっかりと区切り、コーヒー焙煎店として改装してほしいというもの。しかし、私は違うイメージが湧いてしまい、「奥様のコーヒー焙煎店とご主人の電機店を一つの店にして、一緒に改装させてくれないか？」と提案。プロジェクトはスタートしました。

店名は電機店「デンキのシムラ」とコーヒー焙煎店「ミスタービーンズ」を一つにして「志村電機珈琲焙煎所」とネーミング。グラフィックデザインを含めて一つの店舗としてデザインしています。店内中央にはオープンカウンターを設け、コーヒー焙煎店のドリップカウンターと電機店の打ち合わせカウンターとして使われます。また、コーヒー焙煎店のスペースと電機店のスペースの境界をあいまいにしながら、一体感のある空間を目指し、床のヘキサゴンタイルとモルタル仕上げの範囲で両者の領域を表現しています。

「ご夫婦の間に壁をつくらず、2人が楽しく連携できるお店」という、私が初めて伺った時にイメージした通りの空間が完成しました。今では地域の拠点として、地元の年配の方から初めてこの街に来た若い方まで、さまざまな人が集まる場になっているようです。

〈藤井文彦／ファン〉

「志村電機珈琲焙煎所」data

工事種別：内装のみ　全面改装
床面積：49.7㎡（うち厨房8.6㎡）
工期：2018年8月20日～10月10日

営業内容

開店：2018年10月11日
営業時間：午前9時～午後7時30分
定休日：木曜日
電話：(03)3990-5560
経営者：志村電機㈱
従業員：2人
客席数：12席＋外部ベンチ
主な取扱商品とサービス（電機店）：家電国内全メーカー取り扱い、修理・電気工事・住宅リフォーム工事他
主なメニューと価格帯（珈琲焙煎所）：スペシャルティーコーヒー焙煎ブレンド豆400（100gあたり）
スペシャルティーコーヒー500　カフェラテ430～

主な仕上げ材料

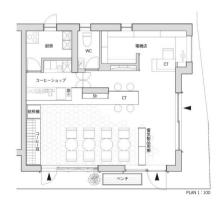
床：六角形磁器質タイル貼り（平田タイル）　モルタル仕上げ
壁：LGS組みPB下地オーク材フローリング貼り（ノスタモ）
天井：LGS組みPB下地ロックウール化粧吸音板貼り（ソーラトン／日本ソーラトン）
家具：テーブル、スツール（The Wild Bunch）
イス（PALISSADE CHAIR）
什器：商品棚／ST組み焼き付け塗装
外部テント：ストライプテント（テイジン）

owner's comment **志村電機珈琲焙煎所　志村麗美さん**

主人の家業として50年以上、東京・練馬で電機屋を営んできました。一方、珈琲焙煎所を営む父を持つ私は、長年カフェをやりたかった。そうして22年前に自家焙煎珈琲販売店を始め、15年前に今の場所に店舗を移動。電機店とカフェを同じ区画で営業していました。しかし、二つの業種が同居し、お客さんが落ち着かないのではと考えるようになり、ファンの藤井文彦さんへ、「電機店と焙煎所を完全に分けて欲しい」と設計をお願いしました。サンフランシスコへリサーチに行き、その時の写真を元にデザインイメージを伝えました。すると藤井さんからは、「できなくはないけれど、志村さんはサンフランシスコのイメージじゃない」とバッサリ。提案されたのは、二つの業種をカウンターでつなぐ、温かい雰囲気の店舗。私達がこの先10年、20年先にも店頭に立っていられるようなお店が実現しました。

インターネットで商品が買えるようになり、店頭での商品販売から、地域住民へのサポートが主になった主人の電機店は、販売エリアを縮小。打ち合わせは、珈琲焙煎所で行えるようにしています。その際、店舗デザインがカフェっぽくなりすぎないよう配慮してくれました。その結果、これまでのお客さんはもちろん、若くておしゃれな方やカップルが多くいらっしゃるようになりました。居心地が良いのか、滞在時間が延び、あまり売れなかった高価格な商品が売れるなど、商品価値が上がったように感じます。また、電機店へのご相談も増えました。

忙しい時には夫婦でお互いの業務を支え合ったり、息子が店を手伝ってくれたり、娘のバイオリン演奏会を開いたりと、幸せを噛み締めています。地域に寄り添うお店がこの周辺にもっと増えたら嬉しいですね。　〈談／文責編集部〉

左、中／改修前の様子。パーティションを利用して、電機店と珈琲焙煎所を区画していた（写真提供／ファン）　右／左から志村麗美さん、藤井文彦さん、大次郎さん（撮影／ナカサ＆パートナーズ）

上／店舗外観。東京・練馬の遊園地「としまえん」から徒歩5分程の住宅街に位置する　下／テラス席から店内を見る。ストライプ柄の屋外テントが爽やかな印象を与える

購入方法	ご注文書タイトル good design cafe vol.2	ご注文数 冊
〈商店建築社WEBサイトからご注文〉 https://www.shotenkenchiku.com 〈FAXによるご注文〉 商店建築社 販売部……………………03-3363-5792 （番号のお掛け間違いにご注意ください） 右の注文欄にご記入のうえ、このページをFAXにて送信して下さい。代金のほかに送料・代引き手数料が掛かります。 〈書店にてご注文〉 右の注文欄にご記入のうえ、お近くの書店にお渡し下さい。	会社名 お名前 ご住所 〒 電話番号	取り扱い書店・番線印

※いずれの場合にも、ご注文のキャンセルや返品はできません。また離島の一部は発送ができませんので予めご了承下さい。　問い合わせ／商店建築社 販売部　TEL 03-3363-5770

HAIR & BEAUTY SALON

ヘアサロン＆ビューティーサロン

CODE+LIM, Tokyo / kfuna Design
CHARLES DESSIN, Osaka / kfuna Design
tükör+LIM, Fukuoka / kfuna Design
TAKANO YURI BEAUTY CLINIC Tennoji Mio Plaza, Osaka / ozi design works
FLUX, Kyoto / SIDES CORE
IMAMURA, Osaka / graf
PERCHA, Nara / TAKARA SPACE DESIGN
PIGMENT, Hyogo / TAKARA SPACE DESIGN

合板製パーティションで仕切られたシャンプースペース

ボックス型ブースで
ゾーニングしたヘアサロン

CODE+LIM

Hair Salon CODE+LIM, Tokyo
Designer Fumitaka Kawanishi / kfuna design

東京都渋谷区神宮前4丁目28-11 クレールミキ1階
設計／kfuna design 川西史隆
協力／グラフィック desegno ltd. 谷内晴彦
施工／kfuna construction 川西史隆
撮影／志摩大輔

異なる機能と素材が生む化学反応

近年、原宿を代表するヘアサロン「CODE+LIM（コードプラスリム）」。顧客の増加に伴い席数を拡張する必要があり、2018年リニューアルオープンした。今回のテーマは「秘密のCODEから発信するCODEへ」。ロゴデザインは谷内晴彦さん。「CODE」をモールス信号にしたものとなった。店内は、ヘアサロンとしての機能を充実させる目的に加え、サロンという形に留まらず、アーティストとのイベントなどあらゆるアートを発信する場所としてリニューアルした。ヘアショー、アートイベント、撮影スタジオとしての使用も想定されていたため、セット面は可動式である必要があった。

今回の設計コンセプトは「化学反応」。「アートはどのようにして生まれてくるのか？」「何かに触発された時ではないか？」「別の素材がぶつかり合い生まれるモノ」といった考えをもとに、アートは脳内で起こる化学反応のようなものと仮説を立てた。店内では、シャンプースペース、コールドスペース、スタッフルーム、レセプションを一つずつの個体と仮定し、箱をぶつかり合わせている。これは化学反応を表現したのと同時に、席数が増加したことで、残りの機能動線やスペースを欠落させないことを目的としている。限られた面積の中で、各個体を極力コンパクトに収めるために、それぞれをぶつかり合わせることで問題をクリアした。

〈川西史隆／カフナデザイン〉

シャンプースペース側面の目隠しには、モールス信号をモチーフとした孔を空けた

上／店内はボックス型の造作やフレームでシャンプースペース、コールドスペース、スタッフルーム、受付にゾーニングされる　下／受付カウンターはスチール製のフレームで囲まれている

「コードプラスリム」data

工事種別：全面改装　内装のみ
床面積：94.9㎡
工期：2018年1月26日～2月20日
施工協力：施工／兵頭工務店　兵頭裕樹　金属装飾／大京精研　魚崎洋介　什器／向巧舎　松本貴哉

営業内容

開店（リニューアル）：2018年3月1日
営業時間：午前11時～午後9時
定休日：月曜日
電話：（03）6440-0831
経営者：㈱レスイズモア　西村侑記
施術台数：カット13台　シャンプー6台
主なサービスと料金：カット5000～　カラー5500～　パーマ3000～　トリートメント2500～

主な仕上げ材料

床：既存モルタルの上磁器質タイル貼り
壁：既存躯体の上AEP　PBt9.5二重貼り下地AEP　化粧ラワン合板貼り　パーティション／SUS板
天井：既存躯体現し
什器：コンテナSOP　化粧ラワン合板クリア塗装　メラミン化粧板貼り

カットスペースを見通す。スケルトンの印象に合わせ、天井のスチールフレームや延長コードといった撮影スタジオをイメージした素材が用いられている

合板製の可動パーティションがあるカットスペース。壁を動かすことで個室になる

PLAN 1：150

シャープな雰囲気とゆとりあるスペースを
生むパーティション

CHARLES DESSIN

Hair Salon CHARLES DESSIN, Osaka
Designer kfuna design

大阪府大阪市西区北堀江1丁目8-14 キャピタルビル1階
設計／kfuna design 川西史隆
施工／kfuna construction 川西史隆
撮影／近藤泰岳

機能性と意匠性を両立する

世界大会に出場経験のある黒木利光氏が代表を務めるヘアサロン「CHARLES DESSIN（シャウルデッサン）」は、大阪北堀江にある。黒木氏からは技術への絶対的な自信が伺えたこと、そして黒木氏が生み出してきた前衛的なヘアスタイルの作品イメージより、店舗デザインは金属を多用した。金属が持つシャープさが黒木氏の持つ空気感とが重なったのである。

エントランスとセット面を仕切るために使用した大きな金属板は7度傾斜させている。金属板は、施術中であっても入退店の気配を感じられるようパンチングメタルを使用し、傾斜をつけることで有効面積の確保と圧迫感の軽減を図った。また、店内はガラス面が多く開放的であるものの壁面に凹凸も多く、おのずと有効面積も少なかったため、真っ直ぐに仕切りを立てると圧迫感ができてしまうことが予想された。そこで、エントランスの上部とセット面の下部に空間が生まれるように仕切り壁に傾斜をつけて設置することで、エントランスからの入店時の目線は開放的に、対してセット面で座る際の足元はスムーズに収まるようになった。空間を機能的に使うと同時に意匠的に目を引くデザインになっている。

〈川西史隆／カフナデザイン〉

左、右／ステンレス製のパンチングメタルが店内を横断する。ステンレス板は、カットスペース側に向かって7度傾斜しているため、カット時に座った客の足元にゆとりが生まれる。一方、カットスペースの反対側では、エントランスから入ってきた時の圧迫感を和らげる効果を狙った

上／レセプションカウンター周り。金属とモルタル、スケルトン躯体のシャープで硬質な雰囲気に、木組みの什器がアクセントとなる　下／シャンプースペースは、トーンを抑えた色使いとした

PLAN 1：150

「シャウルデッサン」data

工事種別：全面改装　内装のみ
床面積：94.9㎡
工期：2017年3月1日～2018年4月7日
施工協力：施工／兵頭工務店　兵頭裕樹　金属装飾／大京精研　魚崎洋介　什器／向巧舎　松本貴哉

営業内容

開店：2017年4月15日
営業時間：午前10時～午後10時
定休日：月曜日
電話：(06) 6535-8570
経営者：㈱シャウル・デッサン　黒木利光
施術台数：カット6台　シャンプー4台
主なサービスと料金：カット5000～　カラー6000～　パーマ4000～　トリートメント2000～

主な仕上げ材料

床：モルタルの上クリア塗装　磁器質タイル貼り
壁・天井：既存躯体の上AEP　PBt9.5二重貼り下地AEP　間仕切り／SUSパンチングメタル
什器：フィンランドバーチクリア塗装　メラミン化粧板貼り

秘密基地のような造作と動線計画

tükör+LIM

Nail & Eyelash Salon tükör+LIM, Fukuoka
Designer Fumitaka Kawanishi / kfuna design

福岡県福岡市中央区大名1丁目10-5 サリナス大名弐番館 201

設計／kfuna design 川西史隆
協力／グラフィック desegno ltd. 谷内晴彦
施工／kfuna construction 川西史隆

撮影／太田拓実

上／奥に引き込まれていくような曲面壁を設けたエントランス。部分的に設けられた小窓が秘密基地の雰囲気を演出する 下／レセプションカウンター側から店内を見る。写真右のガラスパーティションには、ロゴのグラフィックがエッチング加工で施されている

形状と素材でブランドの世界観を表現

独自の世界観が多くの支持を受けているLIMグループが、九州に初めて出店したネイル・アイラッシュサロン「tükör+LIM（トゥクルプラスリム）」。“なりたい私、知らない私”を映し出す場所でありたいという思いがtükör+LIMには込められており、そこに、「秘密基地」というテーマをリンクさせ、覗き込みたくなるようなドキドキ感を空間に込めた。

店内はその「秘密基地」の中に、LIM ブランドの“手でつくる美しく繊細な世界観”を映し出すことはもちろん、ネイルやアイラッシュの細部までの柔らかさを建築デザインに置き換え、形や素材で表現している。入り口はアール状の壁面にすることで、奥へと吸い込まれていくようなイメージに。壁面には小窓と鏡を点在させ、入店前は「見たい」という好奇心、入店後は「見られそうで見られない安心感」を形にした。

機能面の課題として重視したのは、サロンという特性から、待合・施術室・メイク直し場所など、お客様同士の視線が気にならず、安心して寛げる配置と動線であった。そのために出発点から目的地までの動線に規則性をつけ、ロス面積を最小限に抑えた通路を店内に設けることで、違和感のない動線を確保している。

また、当初はカッティングシートでガラスを装飾する予定であったが、ロゴデザインを手掛けた谷内晴彦さんと打ち合わせを重ねた際、「このロゴは一つずつのパーツを重ねてできた物であるため、平面的な印象ではなく、パーツが重なったような仕上がりを目指したい」という意向があった。そこで特殊な技法でガラスを腐食させ、一つひとつ手作業で模様をつくることができるエッジング加工を採用。この加工で奥行きが生まれ、ロゴのイメージを忠実に表現しながら、繊細な世界観を表現できている。

〈川西史隆／カフナデザイン〉

「トゥクルプラスリム」data

工事種別：全面改装　内装のみ
床面積：61.5㎡
工期：2016年8月1日～26日

左、右上／店内はエントランスの曲面壁に呼応するように、中心部から円形に広がるレイアウト。利用者の視線が重ならない機能的な配置を実現した　右下／化粧室には、円弧状のモチーフを取り入れたミラーが配される

施工協力：施工／兵頭工務店　兵頭裕樹　什器／向巧舎　松本貴哉

営業内容

開店：2016年9月1日
営業時間：午前11時〜午後9時
定休日：月曜日
電話：（092）791-8553
経営者：㈱レスイズモア　西村侑記
施術台数：ネイル4台　アイラッシュ2台
主なサービスと料金：ハンドネイル6000〜　フットネイル1万〜　アイラッシュ4000〜

主な仕上げ材料

床：モルタル金ゴテ仕上げ　大理石モザイクタイル貼り　メープル材フローリング貼り
壁：PBt9.5二重貼り下地AEP　化粧シナ合板貼り
天井：PBt9.5二重貼り下地AEP
什器：フィンランドバーチ材クリア塗装　特注ネイルチェア

PLAN 1：150

共存する「高級感」と「癒やし」

たかの友梨ビューティクリニック ミオプラザ館天王寺店

Esthetic Salon TAKANO YURI BEAUTY CLINIC Tennoji Mio Plaza, Osaka
Designer Ryosuke Hashimoto / ozi design works

大阪府大阪市天王寺区悲田院町10-48 天王寺ミオプラザ館7階

設計／オジデザインワークス　橋本亮介　川畑有貴子
協力／照明計画　ミューズ・ディ　今津慎也　土橋政博
施工／アンファング　鎌田浩史　小松康高

写真提供／オジデザインワークス

レセプションを待合側から見る。赤を基調色にした空間で、アールヌーボーやアジアなど、様式の融合を試みている

圧倒的な非日常の表現

言わずと知れたエステ業界の第一人者であるたかの友梨氏（不二ビューティ）から、「赤を基調にしたデザインで、非日常を表現してほしい」とオーダーをいただいた。これまで有名デザイナーが手掛けてきた店舗のブランドイメージを崩さず、それでも新しさを感じさせることを大事なミッションとして、デザイン開発に取り掛かった。

「ミオプラザ館天王寺店」の表現方法は、音楽で言うならば、作曲するのではなくリミックスするような感覚で、アールヌーボーやアジアの様式の融合を試みた。グラフィックデザインやインテリアスタイリングなどでバランス良くアレンジして、「なじみある真新しさ」を構築する世界観を目指している。また、様式的でどこか少し重たい感覚を、平面上で認識しやすい表現に変換。作家にアートワークを描き下ろしてもらい、クラフト感を醸し出すことで、どこかフレンドリーなデザインとした。

カラーリングは、“赤”を基調にインパクトのある色味と演出で、圧倒的な非日常の表現を意図した。風水についても考慮し、東は赤、西は黄、南は緑、北は白をテーマカラーに据え、マイナスイオン発生器などの設備と併せて、エステとしての「気」の良い場をつくり出した。顧客はもちろん、スタッフにも配慮した空間となっている。　〈橋本亮介／オジデザインワークス〉

「たかの友梨ビューティクリニック ミオプラザ館天王寺店」data

工事種別：内装のみ　全面改装
床面積：298.57 ㎡

工期：2018年1月5日〜2月25日
施工協力：サイン／エキスプレス社

営業内容

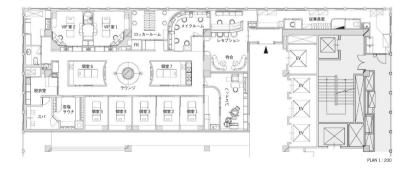
開店：2018年3月1日
営業時間：午前10時〜午後8時（日曜日、祝日は午後6時まで）
定休日：なし
電話：(06)4305-1107
経営者：㈱不二ビューティ
従業員：16人
施術室数：9室
主なサービスと料金（ビジター）：YUMEアロマヘッドスパ1万2960　ルネフルトレールヘッドスパ（50分）1万5120　ヒトカンフェイシャル2万4840　エクセルシオールビオトナス2万6460　アロマトリートメント2万2680　ハイパーマジック（部分）1万800

主な仕上げ材料

床：塩ビタイル貼り　ロールカーペット貼り
幅木：モールディング染色CL
壁：PB下地クロス貼り　塩ビシート貼り（ダイノックフィルム／3Mジャパン）　ブロンズミラー＋タペストリーシートデザイン貼り　ファサード／大判セラミックタイル貼り　プリーツブラインド吊り
天井：PB下地クロス貼り　ダイノックフィルム貼り
家具：レセプションカウンター／天板・大理石（ロッソレバント）　腰・ファブリック張りボタン絞り　ウェイティングソファ／ファブリック張り（サンゲツ）＋既製脚取り付け

左上／待合を見返す。グラフィックやアートをスタイリングすることで、「なじみある真新しさ」の表現が試みられた　左中／ヘッドスパルームを施術台方向に見る。左側のテーブルは、ネイルコースで使用される　左下／メイクルーム。デコラティブなフレームに間接照明を仕込んだミラーが連続する　右／VIPルーム2。施術室は、全て個室で構成。身体だけでなく、心も美しくすることを目的に、「高級感」と「癒やし」を共存させることを意図した

上／ラウンジ。ソファを配した柱を軸に大きな弧を描く空間が広がる　下左／赤塩岩が内照するサウナ　下右／エントランス。非日常感を期待させつつも、店内の様子を見せないつくりとした

PLAN 1：200

光に包まれたハレの場に
浮かび上がるミラー

FLUX

Hair Salon FLUX, Kyoto
Designer Sohei Arao / SIDES CORE

京都府京都市下京区七条通河原町西入ル材木町470 スカイハウス2階

設計／サイズコア 荒尾宗平
協力／グラフィック サイズコア 荒尾澄子
施工／THE

撮影／太田拓実

上／曲面ガラス張りの開口を持つスペースに設けられたカウンセリングエリア。天井と床から伸びるワイヤーで円形ミラーを吊っている。振れ止めのためミラーのサイドに登山用ロープと重りを取り付けており、ミラーの角度を調整することができる 下／待合付近からレセプションカウンター越しにカウンセリングエリア方向を見る

スタイリングエリアを見る。くの字型の吊りミラー什器は、両面を利用することで3席のカット台となる

左／スタイリングエリアのミラー什器近景。厚さ5㎜のミラーに、鏡面仕上げのステンレスを側面に取り付け、天井から吊っている　右／エントランス方向に見返す。シャンプーブースを中央に設けることで空間を柔らかく区切っている。パーティションとミラー上部の高さを1500㎜にそろえることで、スタッフの見通しを確保した

視線の抜けを生み空間へ溶け込むハンギングミラー

京都駅近くにあったヘアサロンの移転計画である。移転先は外車のショールーム跡地の2階テナント。南側は表通りへショーケースのように跳ね出したフルハイトの曲面サッシによって開放され、北側は車両用の昇降エレベーターが付いたルーフバルコニーに面する大開口を持つ、特殊な物件である。

この南北への抜けを生かし、「FLUX（フラックス）」という店名にふさわしい、風が抜けるような軽やかな場所としたかった。そのため、北側のメインのカットエリアではブック型の両面ミラーを吊り下げ、周囲全面を鏡面とすることで空間へ溶け込ませた。またミラーと間仕切りの高さを1500㎜に統一することで視線の抜けをつくり、スタイリストの視界を確保している。南側カウンセリングエリアの鏡は1本のワイヤーで吊り下げ、登山用ロープで角度調整と振れ止めのためのウェイトを取り付けている。表通りへの開放感を損なわず、ミラーに映し出された像がカーテンが生み出す柔らかな光の中に浮かぶような空間とした。

通常はドレッサーのような什器が並ぶことでヘアサロンらしさを感じることが多いが、ミラーの存在感を希薄化し、ヘアサロンらしさから自由になったお店は独自の魅力を持ち、非日常的な空間は新鮮な体験を生み出すだろう。

「FLUX」という店名には流れのようにたゆまず、成長したスタッフが活躍するステージのような場所でもあってほしいというオーナーの思いがある。南の表通りへ跳ね出したエリアはその象徴とし、カウンセリングや最後の仕上げをするハレの場とした。〈荒尾宗平／サイズコア〉

「フラックス」data

工事種別：内装のみ　全面改装
床面積：148.5㎡
工期：2017年9月28日～10月24日

営業内容

開業：2017年10月25日
営業時間：午前10時～午後7時30分
定休日：月曜日、第2、3火曜日
電話：（075）351-0277
経営者：㈱FLUX　中村健吾
従業員数：5人
客席数：カット8台　カウンセリング2台　シャンプー4台
客単価：1万4000円
主なサービスと料金：カット5400　カラー6170～　パーマ4620～　トリートメント3080～

主な仕上げ材料

床：既存合板フローリングの上ウォームグレー色ウレタン塗装　シャンプーブース／モルタル仕上げ
壁：LGS組みPBt12.5下地AEP　シャンプーブース／間仕切り・カチオン系モルタル薄塗り仕上げ
天井：スケルトンAEP吹き付け塗装
什器：インフォメーションカウンター／モルタル金ゴテ押さえの上ツヤ消しクリア塗装　吊り式メインミラー／STフレーム＋合板フラッシュ構造天地ワイヤー吊りミラーt5＋コーナーSUS鏡面曲げ板貼り　吊り式カウンセリングミラー／合板パネル天地ワイヤー吊り下部ロープにて回転止めウェイト取り付け　ミラーt5

シェアサロンに対応する可動式ミラー台

imamura

Hair Salon IMAMURA, Osaka
Designer Tadashi Chiba / graf

大阪府大阪市中央区南船場1丁目18-25
設計／graf　千葉 禎
協力／ロゴデザイン　今村 亮
施工／赤松工務店
撮影／下村康典

ファサード。大阪・南船場に立つ古い木造3階建ての1階に位置する。上部のサインは、既存の電照看板の乳半アクリルをクリアに差し替え、その上にカッティングシートを貼っている

店内をエントランス側から見通す。手前のカットスペースと、シャンプー台のある奥のサロンスペースは、床の仕上げとレベルを変えることで、空間に異なる表情を与える。カットスペースに置かれたミラー台は可動式で、オーナーが仲間の美容師に「面貸し」してシェアサロンとして使用する際などに、さまざまなレイアウトに対応する

改装前の状況を受け入れ、最適な形に整えていく

「美容院を開業するので、物件を借りようと思うのですが」。クライアントである今村亮さんがそんな話と共に設計の相談に訪れたので、物件を一緒に見に行き、少し驚いた。狭い、いやコンパクトなのである。「最小限寸法で設計を進めることは、デザイナーとして意義深そうだ」と自分に言い聞かせ、プランを練った。

ひとまず、バックヤードと客席フロアをMDFの壁で仕切り、更に客席側を床の仕上げとレベルで、カットスペースとサロンに分けた。なんのことはなく、ゾーンを三つに分けたシンプルなプランであり、それぞれにふさわしい仕上げや光の質を与えた。MDFの壁周りには、少しでもスペースを無駄にしないよう、機能部分を集中させ、さながら空間内を縦方向に仕切る大きな家具となった。

現場は会社から近かったため、ほぼ毎日通った。古い木造3階建てのビルは解体中も予期しないことが多く、即興による部分も多かった。スチールの躯体柱や天井の梁、ミラー台、電照看板などは、現場で次々に起こる出来事や、工務店とのつながりで手に入れた材料や技術などを通して、その都度最適な形に整え、「シンプルなプラン」というお盆に載せていった感覚がある。

計画地の南船場辺りは、心斎橋の繁華街から程良い距離感があり、老舗店も多く、人情味が感じられる街である。今村さんのアットホームな人柄が、そのまま店の雰囲気になるよう、街中に自然と溶け込む、気負わないデザインやたたずまいを心掛けた。　〈千葉 禎／graf〉

可動式ミラー台の寸法や納まりは、入手した板材から無駄なく部材を切り出すなど、制作しながら決めていった

「イマムラ」data

工事種別：内外装　部分改装
床面積：30㎡
工期：2017年9月27日〜11月5日
総工費：882万円／解体撤去費49万円　外構工事費30万円　ファサード43万円　サイン10万円　内装造作費390万円　空調設備費68万円　電気設備費35万円　給排水衛生設備費62万円　照明器具費45万円　家具什器費150万円
施工協力：テーブルスタンドライト、取手／葭村太一

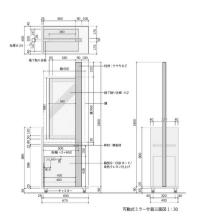
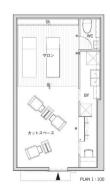
営業内容

開店：2017年11月11日
営業時間：午前10時〜午後8時
定休日：不定休　電話：(06)6226-7131
経営者：今村 亮　従業員：1人
客席数：カット3台　シャンプー2台
客単価：7000円
主なサービスと料金：カット4500　カラー6000　パーマ6000　デジタルパーマ8000　縮毛矯正1万2000　トリートメント3000　スパ3000

主な仕上げ材料

屋根：ST.OP
外壁：塗り下地用合板（ラスカット／ノダ）下地モルタル吹き付け塗装　框扉／ナラ材オイル仕上げ＋ガラス
サイン：ブラケットライト／ガラス＋カッティングシート貼り　既存電照看板／クリアアクリルの上カッティングシート貼り
床：カットスペース／モルタル金ゴテ仕上げの上防塵塗装（白）　サロンスペース／束立ての上チーク材フローリング貼りオイル仕上げ
壁：PB下地EP（白）　腰／チーク材フローリング貼りオイル仕上げ　パーティション／MDFの上オイルフィニッシュ用ウレタンオイル調塗料（オリオ2／キャピタルペイント）
天井：既存天井解体の上2階スラブ部分にPB下地EP　PB直貼り　既存木梁OS
家具：パーティション、家具／MDFの上オリオ2仕上げ
什器：ミラー台／無垢材（ケヤキなど）オイル仕上げ　OSB染色（白）の上CU　ミラー
照明器具：テーブルランプ／ウォールナット材オイル仕上げ

可動式ミラー什器三面図 1：30

PLAN 1：100

ファサードと、店内のパーティションに設けられた開口が連続する。パーティションの間にスタイリングスペースを配すことで、通りを歩く人からは、スタイリストの姿しか見えないようになっている

ロングカウンターが壁面を貫き
空間に機能を与える

PERCHA

Hair Salon PERCHA, Nara
Designer Masaaki Nakagawa / TAKARA SPACE DESIGN

奈良県奈良市西大寺南町2-28 マンションオカザワ1-A号室
設計／タカラスペースデザイン　中川雅明
協力／グラフィック・ロゴデザイン　RICO DESIGN WORKS　AYA
施工／タカラスペースデザイン
撮影／山田誠良

カウンターを中心とした
余地のある半個室形態

奈良・近鉄西大寺駅から徒歩約5分程のマンションの1階に入るヘアサロン。近年、美容業界ではスタッフ数の減少や、周辺地域の競合美容室の増加が課題となっている。その対策として、個室化・半個室化する動きが高まっている。これは、一人の顧客に対して密なサービスを提供することで顧客満足度を高め、客単価を上げるためである。

本案件においても半個室空間が求められた。店名の「PERCHA」（スペイン語で“止まり木”の意味）には、「お客様にとってサロンが、鳥が集まりくつろぐ止まり木のような存在であってほしい」という願いが込められている。それにちなみ、サロンの中央に1枚の大きな合板カウンターを設置した。

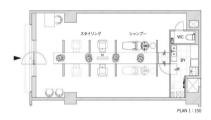
セット面やシャンプースペースを区切る間仕切りには開口が空いてあり、そこに合板のカウンターが貫通している。セットミラーは鉄板を曲げて成形した置き式を採用し、ミラー自体もオブジェのような印象のものにした。入れ替えも可能なため、施主が思いおもいにカウンターの上を彩り個性を出すことができる。

ファサードは、白壁を切り抜きガラスとドアをはめ込んだシンプルな形状で、外から見るとファサードと仕切り壁の開口部が連続していく。奥のシャンプースペースの壁はミラー貼りとし、奥行きを生み出し外部に抜けて行くように見せた。カウンター上の観葉植物やセットミラーは、壁の開口でトリミングされ、展示オブジェのような印象的なものとなる。また、オープンな外観でありながら、カットされているお客様自身は外から見えないようになっており、スタイリストが作業している姿だけが認知できる。

カウンターをサロンの中央に据えたレイアウトは、設備機能の集約化によるコストダウンも図っている。その他に、既存の床、壁、天井を利用し、コストパフォーマンスを高めた。将来に備えたセット面（2台）やシャンプー台（1台）の空きスペースは、ロングカウンターを用いることで待合やカウンセリング、アフタードリンクを提供するスペースなど、さまざまな場面で活用できる可能性を持たせた。

〈中川雅明／タカラスペースデザイン〉

店内は4枚のパーティションと、それを貫く長さ約8m、幅800㎜のロングカウンターで構成されている。パーティションによって区分けされた空間が、半個室のスタイリングスペースやシャンプスペース、待合スペースとして機能する

上／エントランス付近から見通す。ロングカウンターはパーティションと一体型　下／スタイリングスペース。パーティションの開口部に植栽を置き、視線の抜け方を調整している。セットミラーは角度を付けることで、コンパクトかつ作業性も考慮している

「ペルチェ」data

床面積：76㎡
工期：2018年8月20日～9月8日
施工協力：空調設備／エアコンセンターAC　電気設備／長谷川電機工業　給排水衛生設備／春名設備工業　照明器具／ユニティ　家具／タカラベルモント　什器／宗方工務店　サイン／マックス　金物／ボウルボンド

営業内容

開店：2018年9月12日
営業時間：午前10時～午後7時
定休日：月曜日
電話：(0742)53-7177
経営者：山本孝明　従業員数：1人
客席数：カット2（将来4）台　シャンプー1（将来2）台
客単価：7500円
主なサービスと料金：カット4500　カラー6000～　パーマ6000～　ストレートパーマ1万　縮毛矯正1万5000～　トリートメント3000～

主な仕上げ材料

外装：木造軸組みラスモルタル下地AEP　開口部／FIXガラスt10
サイン：カッティングシート貼り
床：既存モルタル金ゴテ押さえの上クリア塗装　フリーフロア床上げ下地塩ビタイル貼り（田島ルーフィング）
壁：既存コンクリート下地AEP　LGS組みPB下地ビニルクロス貼り（リリカラ）
天井：スケルトン　梁／コンクリート躯体　一部AEP
什器：パーティション／LGS組みPB下地ビニルクロス貼り（リリカラ）　カウンター／LGS組み構造用合板クリア塗装　美容器具（タカラベルモント）
照明器具：特注スポットライト（コイズミ照明）

モルタル調ボックスの中に
木フレームによる半個室が並ぶヘアサロン

pigment

Hair Salon PIGMENT, Hyogo
Designer Masaaki Nakagawa / TAKARA SPACE DESIGN

兵庫県西宮市宮西町4-14 リブレ香櫨園ステーションフロント3A

設計／タカラスペースデザイン　中川雅明　藤井智大
協力／グラフィック・ロゴデザイン　YUI
施工／タカラスペースデザイン

撮影／山田誠良

スタイリングスペースを見通す。細長い床の形状に対して、幅約1800、奥行き1300㎜のボックス形状の半個室を並べている。ミラーに背面の窓が映り込むようレイアウトされており、木のぬくもりや外の風景が、半個室の閉塞感を緩和する

フレームにより個室空間に付加価値を与える

兵庫県西宮市の香櫨園駅に隣接する、顧客の頭皮や髪質に合ったカラー・パーマの提案を重視しているプライベートサロンである。クライアントは、カラーリングやパーマに対するこだわりや、技術力の高さが伝わるような店づくりを望んでいた。「半個室でプラバシーを守りたい」、「カラーパフォーマンスを見せたい」という一見相反する要望を、ボリュームから飛び出したフレーム形状の半個室形態により叶えようと試みた。半個室5席に加えて、カラー待ち客のための2席を効率的にレイアウトし、カラーを中心としたオペレーションの向上を図りつつ、客同士のプライバシーにも配慮している。また、カラー・パーマで服が汚れることを避け、快適に過ごしてもらえるように、ガウンを貸し出すサービスを採用。そのための着替え室を用意した。

マッシブな箱から飛び出る木のフレームが、半個室で構成された空間に軽い印象を与える。各部屋は、ミラーに背面の窓が映り込むように配置し、映り込みによる抜け感が個室化に伴う閉塞感を緩和する。またフレームの形状は、仕切りだけでなくカラー施術のパフォーマンスを強調する額縁としても機能している。通路を通る際、各室のパフォーマンスがトリミングされたような見え方となることを意図した。更に、カラー待ちスペースの対面には、セミオープンなカラー準備スペースを配した。カラー剤を選定し調合するパフォーマンスを鑑賞する、バーカウンターのような場所として機能する。シャンプースペースの足元面にも既存の開口部があり、その外には季節の木々を望める公園があるため、シャンプー後起き上がる時に開放的な体験ができる。

全席半個室のためコストがかかる開業案件だったが、天井の鉄骨スケルトンやモルタル床など、新築テナントのスペックを最大限に生かした。無機質な素材と対比させる意図で、フレームには木質を採用。床材の目地割に合わせてフレーム形状に構成し、フレームとしての印象を強調するために、モルタル調のボリュームから飛び出たせるようにした。

〈中川雅明／タカラスペースデザイン〉

左／カラーリングの待合スペース。スタッフがカラーリング剤を調合する様子を、カウンター越しに見ることができる。写真左手にはよりプライベート感の高いスタイリング用個室が用意された　右上／エントランス付近から見通す。箱型のボリュームから、構造用合板でつくられた半個室の木製フレームが伸びる　右下／店内奥に2室設けられた個室のスタイリングスペース

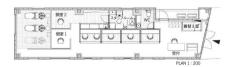
「ピグメント」data

工事種別：内装のみ　新築
床面積：85㎡
工期：2019年1月7日〜25日
施工協力：空調設備／ミタデン　電気設備／長谷川電機工業　給排水衛生設備／春名設備工業　照明器具／ユニティ　家具／タカラベルモント　アスプルンド　什器／おがわ　サイン／川原プラスチック

営業内容

開店：2019年2月4日
営業時間：午前10時〜午後8時
定休日：月・火曜日
電話：(0798) 39-7113
経営者：植田裕樹
従業員数：3人
客席数：カット5台　コールド2台　シャンプー2（将来3）台
客単価：1万2000円
主なサービスと料金：カット5000　アンモニアフリーカラー6500〜　パーマ7000〜　トリートメント4000〜　ヘッドスパ5000

主な仕上げ材料

床：既存モルタル金ゴテ押さえの上クリア塗装　塩ビタイル貼り（サンゲツ）　フリーフロア床上げ下地塩ビタイル貼り（サンゲツ、田島ルーフィング）
壁：LGS組みPB下地ビニルクロス貼り（リリカラ）　LGS組み構造用合板下地OSクリア塗装
天井：既存スケルトン　LGS組みPB下地ビニルクロス貼り（リリカラ）　LGS組み構造用合板下地OSクリア塗装
家具：シャンプーケース／メラミン化粧板貼り（アイカ工業）
什器：カウンター／構造用合板OSクリア塗装
照明器具：特注スポットライト（コイズミ照明）　ダウンライト（遠藤照明）

PLAN 1：200

REPORT

MILANO DESIGN WEEK 2019

ミラノ・デザイン・ウィーク 2019

4月上旬、イタリア・ミラノの街がデザインによって彩られた。「ミラノサローネ国際家具見本市」を中心とした「ミラノ・デザイン・ウィーク」だ。市内のショップや公共施設など各所で展示が行われ、街全体が盛り上がりを見せる。拡大し続けるデザインの祭典から、最新のインテリアシーンをレポートする。

取材・文／土田貴宏　米津誠太郎（エウロルーチェ取材）
撮影／太田拓実　田熊大樹
扉／Studiopepe「Les Arcanistes」（撮影／太田拓実）

Salone del Mobile. Milano

ミラノサローネ国際家具見本市

第58回目となる「ミラノサローネ国際家具見本市」は、隔年で開催される照明専門の見本市「エウロルーチェ」を含めて38万6千人以上の来場者数を記録。未来を見据えた革新を感じさせる一方、過去のデザインを再評価するトレンドも根強い。

Arper

オフィス向けの家具に強い「Arper」は、「SOFT(ER)」をテーマに新作の発表や既存製品のアップデートを行った。テクノロジーの発展により人間性が失われがちな現状に対して、空間にも柔らかさや優しさを提案している。透過性のあるテキスタイルを多用した会場構成も、その意図に沿ったもの。ステージの上のイス「Catifa」は、2000年に発表された定番で、時代性を踏まえてカラーリングを変化させている。

Vitra

スイスの「Vitra」は、20世紀の巨匠達のデザインから、現代のスターの新作までを組み合わせ、高度なスタイリングで世界観を伝えた。同じグループであるフィンランドの家具ブランド、「artek」の製品もミックスして、カジュアルなワークスペースのイメージを提案したコーナーが秀逸だった。壁面の収納はAlvar Aalto、デスクはCharles & Ray Eames、ワークチェアはAlberto Meda や Konstantin Grcic によるもの。

MAGIS

イスラエルのデザイナーGilli Kuchik と Ran Amitai による「Vela」は、マグネシウムでできた珍しいイス。比重対強度が高い特性を生かすため、屋内外で使えるスタッキングチェアとしてデザインされた。背もたれの左右のフレームは、両手で持ち上げやすい細さ。背もたれの穴を座面まで伸ばすことで排水用の穴をなくし、アウトドア専用に見えないようデザインした。オールメタルの家具は、廃棄プラスチックの問題が表面化した昨今の時流にも対応する。

De Padova

900㎡もの広さのスタンドの一部に水を巡らせて、リゾートホテルのような趣でプレゼンテーションを行った「De Padova」。空間構成はブランドのアートディレクターを務めるPiero Lissoniによるもので、新しいビジネスチャンスと位置付けられるSプロジェクトへの注力ぶりが伝わる。白、黒、ブラウンといった色合いを基調に、ラタンなどの自然素材を組み合わせるスタイリングは、ここ数年の延長線上にある。

S.Project

従来以上にコントラクト市場への発信に力を入れるため、今年から見本市会場に新設された「S.Project」。家具やキッチン、建材、テキスタイルなど各分野から、実績のある84ブランドが選抜されて出展した。

De Castelli

家業を原点に2003年に設立された「De Castelli」は、手の込んだ仕上げを施した金属製の家具や建具で知られる。今回は、その両方を一つの空間で見せながら、クラフツマンシップとデザインのレベルの高さを印象付けた。写真のキャビネット「YOROI」はAlessandro Masturzoによるもので、表面の鎧状のパーツが引き出しや扉を覆っている。均一過ぎない色合いや質感が、それぞれのアイテムの魅力になっている。

CEDIT

今年は例年になくタイルが注目された年だった。タイルブランドの「CEDIT」は、Federico PepeとCristina Celestinoを起用して、デコレーションの主役になるような新作を発表。伝統的なマーブル紙にインスパイアされたフェデリコ・ペペの「Araldica」は、独特な色の混ざり具合と抽象的なパターンを組み合わせ、壁面を彩る。

Fredericia

Sプロジェクトでは北欧のブランドが目立った。Fredericiaはデンマークの木工家具ブランドで、ボーエ・モーエンセンらが名作を多く残したことでも知られる。今回の展示では、現在のデンマークを代表するデザイナーのCecilie Manzによるイスとテーブルのシリーズ「Post」を発表。昔ながらの家具の製法を継承しながら、現代の空間にふさわしいたたずまいを追求したデザインは、オフィスや公共空間での使用も想定される。

B&B Italia

照明ブランドの「FLOS」「Louis Poulsen」と共にデザイン・ホールディングスの1ブランドとなった「B&B Italia」。広大なスペースで、ステージ上に新作家具を、上部の壁面にその構成要素を展示して、プロダクトそのものの奥行きを伝えていた。ピエロ・リッソーニによる「Dock」は、木の低い台座にクッションを載せる拡張性の高いモジュール式ソファ。これまでの同ブランドのソファに比べてよりアットホームな雰囲気がある。

Salone Satellite

35歳以下のデザイナーが出展し、家具ブランドやギャラリーとつながる機会となっているサローネサテリテ。昨年に続いて日本人デザイナーがサテリテのアワードを受賞した他、アジア勢の存在感が増している。

Baku Sakashita

「Phase」は月をモチーフにした作品で、円盤状のシェードが磁石でフレームに固定され、その角度を変更することで月の満ち欠けのような光の変化を生み出す。またアームも可動式で、月の公転を表現している。デザインするだけでなく、制作も自身の手で行う坂下麦らしいディテールや仕上げの完成度の高さも印象的。今回の展示は、サテリテアワードの第3位に選ばれた。

David Derksen

オランダのDavid Derksenは、2011年にデザインアカデミー・アイントホーフェンを卒業。ロッテルダムを拠点に活動し、「Transience Mirror」など知名度の高い作品も手掛けている。今回の展示では、正弦曲線を描く「Sine」ライトを壁面や天井に設置して、新作のシェルフやこれまでの代表作と共に空間を構成した。意外性のあるデザインを、高い精度で作品化している。

Yensuo

4人の中国人デザイナーがチームを組んだ「Yensuo」は上海のブランドで、5種類の家具を発表。中国の地域性をモチーフに反映させないデザイナー達の作風は、この国のデザインが新しいフェイズに入ったことを実感させる。塩ビ管を上質に仕上げたスツールはTongyi Chen、成形したラタンと木を使った壁面のコートハンガーはPeiwen Zouの作品。

Euro Luce

ミラノサローネと同時開催された「サローネ国際照明見本市」は、今年で30回目を迎え449社が出展した。LED照明の表現の一つとして、"光そのものをデザインする器具"が多く見受けられた。

撮影／Team LAMPIONAIO（特記除く）

FLOS

「Coordinates」（上）は、2018年にMichael Anastassiadesがインテリアデザインを手掛けたニューヨークのフォーシーズンズ・レストランのための照明を発展させたもの。射出成形アルミニウムのストラクチャーとシリコン製の発光部を組み合わせたグリットが、天井をエレガントに演出していた。Sプロジェクトに出展した「FLOS」「Louis Poulsen」「B&B Italia」の合同ブースへのエントランスでは、壁面に各ブランドのアーカイブをたどるイラストレーション映像が映し出され、楽しい雰囲気をつくっていた。（撮影／太田拓実　田熊大樹）

Roll & Hill

ニューヨークの照明ブランド「Roll & Hill」が発表したのは、サイズの異なる複数のガラスシリンダーを重ね合わせた彫刻的なサスペンションライト「Coax」。透明性を保ちながら立体的な形態をデザインしたJohn Hoganは、ガラスと光を素材とする作品を発表するアーティストでありデザイナーだ。（写真提供／Roll & Hill）

Artemide

建築設計事務所BIG（Bjarke Ingels Group）と「Artemide」とのコラボレーションによる「La Linea」。直径50㎜のフレキシブルな光のチューブは、長さ5ｍのモジュールを複数連結して延長していくことができる。写真家Giovanni Gastelによる美しいイメージと共に紹介され、フレキシブルな透明PVCチューブを使った「Boalum」（Artemideから1970年に発売された）のリデザインのようにも見える。エンドレスな光のラインのコンセプトは今でも斬新だ。

INGO MAURER

インゴ・マウラーは和紙を始めとする"紙"を好んで用いる照明器具デザイナーだ。くるくるとカールしたシェードは、円筒状の専用の紙製パッケージに収められ販売される。

Marset

スペインの照明メーカー「Marset」からは、Jordi Canudasがデザインを手掛け、カラフルなガラスを用いた「Dipping Light」の新作として、ペンダントとウォールランプが追加発表された。（写真提供／Marset）

VIBIA

カジュアルなテキスタイル製ストラップに支持された「Plusminus」は、スーツケースや自転車の荷台用のベルトからインスピレーションを得た製品。デザインを手掛けたStefan Diezはミュンヘンに本拠を置くプロダクトデザイナーで、かつてはコンスタンティン・グルチッチと協働していた。リール状に巻き取られたストラップは天井へと伸び、任意の位置に灯具を点灯できる。床と天井へはストラップホルダーで固定する。（写真提供／VIBIA）

Luceplan

オリジナリティー溢れるDaniel Rybakkenの新作「Fienile」は、彼の祖父が幼少期を過ごした農家での思い出から着想を得たシリーズ。ペンダントとテーブルランプの他、アウトドアランプがラインナップされている。各モデル共に、グリーン、ピンク、プロセッコ、グレーの4色が展開される。

Designheure

上質なテキスタイルによるシリンダー型のスリムなランプシェードを使い、多様なバリエーションを展開するユニークなモジュールシステム「Mozaik」。彫刻的なウォールデコレーションの他、プリズム状にシリンダーが配置されたシャンデリアなどの新作が追加された。同シリーズはジュネーブに本拠を置くライティングデザイナー Davide Oppizziが手掛けている。

【寄稿】エウロルーチェ（サローネ国際照明見本市）

COLUMN

新しい光の表現と照明器具デザインの試み

照明の在り方はいつも一定ではない。技術の開発と淘汰のみならず、
その時代と思想の影響を受けて変化し続けていることが、この国際照明見本市を見れば分かるだろう。
今年のエウロルーチェでは、サステナブルでエコロジーな社会への志向を背景としたデザインが
ごく当たり前に見られると共に、新たな領域とクロスオーバーする新鮮なアプローチが印象に残った。

文／米津誠太郎（照明ジャーナリスト）

“光のライン”を描く

見本市会場の四つのホールをまたいで開催されたエウロルーチェ。数年前から出展し始めた北欧や北米からのニューカマー達が定着しつつある一方で、常連の老舗企業の不在や、従来よりも展示規模を縮小しながらも、家具メーカーとのコラボレーションに積極的に取り組む照明ブランドなどが見受けられた。

また、ヨーロッパを代表する二つの照明メーカー、FLOSとLouis Poulsenが、エウロルーチェのパビリオンを出て、B&B Italiaと共に広大な展示ブースを展開したことには驚かされた。これは3社がグローバル投資会社The Carlyle Groupと資本関係を結ぶことから実現しており、各ブランドの個性を再確認できるだけでなく、国や企業を超えて、高品質な製品群と豊富なアーカイブにおける共通点が発見できた興味深い展示となった。

今回の特筆すべき傾向の一つは、ドット感がなく均質に輝きシームレスに伸びていく“光のライン”だ。直線や曲線の他、自在に屈曲が可能なタイプもあり、これらを用いたグラフィカルな表現が可能な製品が発表されている。マイケル・アナスタシアデスによる新作「Coordinates」（FLOS）は、グリット状に並べられた直線的な光のラインで構成される製品。数種類のユニットはシステム化されているため、さまざまな空間にも適する“コーディネート”が可能だ。Arik Levyがデザインを手掛けた「Sticks」（VIBIA）**1** は、発光部の向きをアレンジし、インドアとアウトドアを貫くようなダイナミックな光のラインを空間に描くことができる。いずれの製品も建築や空間に寄り添いながら、フレキシブルに可変していく照明素材とも捉えられよう。これらを用いたユニークな光景との出合いが楽しみだ。

従来の照明器具デザインからの脱却

従来の照明器具の構成部品といえば、電線やソケット、ランプシェードなどだろう。しかしながら、LEDの内蔵によりソケットは消え、光源と一体化したレンズやフィルターでの配光制御が可能となり、ランプシェードやリフレクターも必須でなくなった。最後に残った電線は、LED化以降より細くなったとはいえ、いまだ照明製品から消えることはないのだが、別の素材や他の機能と融合することで存在感が薄まり、典型的な照明器具の形態から離れたデザインが見られるようになってきた。

一見、電線が使われていないように見える「Plusminus」（VIBIA）は、ストラップに電線が編み込まれている。ストラップ上をスライドし、灯具の位置や向きを変えられるため、シンプルな構成ながら多様な照明効果を空間につくることができるだろう。天井から垂れ下がるゴムベルト状のケーブルがデザインのポイントになっているFormafantasmaの「WireLine」（FLOS）**2** も、同じ方向性のデザインだ。

ナチュラルでサステナブルな素材

前回と前々回から、紙やテキスタイル、ガラスといった、環境負荷が少なくリサイクルが容易な自然素材が多く見られ、この傾向は潮流として定着してきている。重さ300g／㎡の紙をロールさせただけのエレガントなウォールランプ「Oop's 2」（Ingo Maurer）など、素朴な素材をプレイフルなデザインと結実させた製品が特に注目された。その他、シンプルながら多彩なガラス製照明器具を発表しているカナダのBocciや、伝統的にガラス産業が盛んなチェコ共和国に本拠を置き、現代的なデザインの製品を精力的に発表するBrokisにも興味深いものが多かった。

前述のように、ヨーロッパにおいてはサステナビリティーへの志向を背景としたデザインはごく当たり前になり、オーガニックやフェアトレードの思想が常識化されてきている。しかしながら、その潮流へのアイロニーとも取れる展示がいくつかあったことも記憶に留めておきたい。見本市会場を離れ、ミラノ中央駅の高架下を利用した「Ventura Centrale」で開催された展示「Lavazza and Gufram」。イタリアを代表するコーヒー豆メーカーであるLavazza社と、ポップでキッチュなインテリア製品を製造するGufram社のコラボレーションが一例だ。これは歴史的にはアンフェアな生産や貿易を行ってきたコーヒー産業と、エコロジーの観点からは分の悪い樹脂製品からの共同反旗とも思えるものだった。金塊を模したコーヒーのパッケージがうず高く積み上げられた会場では、ゴールドに輝くエスプレッソマシーンとポップなソファが強烈に異彩を放っていた。「俺達はこれでもうけてきたのさ、綺麗事だけではビジネスにならない」、というメッセージが聞こえてきそうだ。

照明器具におけるサステナビリティーやエコロジーへの取り組みはいまだ道半ばにある。LEDにより表面的には達成されたように見えるタスクの先には、デザインによって取り組める領域がまだまだあるように思えるのだ。そのためには綺麗事ではなく、更に本質的な部分へ踏み込む覚悟が必要となるだろう。〈了〉

1 ミニマルな光の線を描くアリック・レヴィによる「Sticks」（写真提供／VIBIA）
2 「WireLine」は、ゴムのようにも見えるピンク色の帯状のケーブルが放つインダストリアルな雰囲気と、洗練されたガラスに包まれた発光部とのコントラストが個性的な形態を彩る（撮影／Team LAMPIONAIO）

Fuori Salone 市内会場

展示が集中するエリアの拡大も一段落して、今年のミラノ市内のデザインイベントは安定した盛り上がりを感じさせた。家具以外のブランドやデザイナー主体の展示も多く、デザインを多面的に捉えるには絶好の場だ。

Kvadrat / Raf Simons

ファッションデザイナーのラフ・シモンズと、デンマークのインテリアテキスタイルブランド「Kvadrat」の協業は2014年にスタート。今年は、今までにない大掛かりな新作発表のインスタレーションをデザイナー自身が手掛けた。パレットの上のクッションや付近のボードに加え、会場に持ち込まれたJean Prouvéによるプレハブ建築の中のビンテージのイスにも、新作テキスタイルが張られている。新作は花をモチーフにしたものが目立った。

Tarkett

フランスの床材メーカー「Tarkett」は、スウェーデンのNote Design Studioを起用した展示を昨年からストックホルムで行っている。そのミラノ版とも言える今回の展示「Formations」では、同社の新製品「IQ Surface」を用いたトーテムを会場に設置。ノートデザインスタジオはこの床材のデザインも手掛け、色ごとに独特のニュアンスを取り入れた。IQ Surfaceは、廃棄時に全てを原料に再生できる100%クローズド・リサイクルを実現している。

LAUFEN

洗面ボウルなどの水まわり製品を取りそろえる「LAUFEN」のインスタレーション「Materialmessage」は、アメリカのデザインユニットSnarkitectureによるもの。原料として用いられる陶石の山と、製品を積み上げた山をつくり、中央には陶石を溶解した状態をイメージした水盤を置いた。この水盤は、実際の制作過程で見られるように表面を柱上に波立たせるため、細かく振動している。素材をテーマとして、ものづくりのダイナミズムを感じさせる空間となった。

UNION

ドアノブの日本国内トップシェア企業である「UNION」が、パリを拠点に活動する建築家の田根剛を起用したインスタレーション。「One Design - One Handle」と題して、一点物をつくる伝統的な砂型鋳造を会場で実演した。製品の背景にある技術や時間の積み重ねを読み解き空間化するのは、田根が得意とする手法。更に職人がその場で作業をすることで、説得力が増していた。

DNP

初出展の「DNP（大日本印刷）」によるインスタレーション「Patterns as Time」。高架下の空間を分断し、AtMaの鈴木良と小山あゆみ、noizの豊田啓介がそれぞれの空間で異なる印刷テクノロジーを表現した。ノイズは自然界の生物が擬態するために持つパターンで一面を覆い、来場者の目の錯覚を誘うことで、電子ペーパーによって柄が変化するイスに焦点を当てた。

The Sister Hotel

建築デザイン事務所のQuincoces-Dragō & Partnersを率いるDavid Lopez QuincocesとFanny Bauer Grungは、Six Galleryのキュレーターを務めると共に、オリジナルの家具シリーズをギャラリーで展開。今年はその延長線上のプロジェクトとして、同じ建物の中にホテルをオープンさせることを発表した。ギャラリーの品ぞろえ同様に新旧の家具を組み合わせることで、奇をてらわない空間でありながら、ミラノらしい趣を巧みに醸し出している。

Paola Lenti

アウトドア家具とラグのブランドとして定評のある「Paola Lenti」は、会場をいくつものコーナーに分けて豊富な新作を展示。ゴールドのメッシュを張り巡らせたスペースでは、アウトドア対応とは思えないほど洗練されたテーブルセッティングで、暮らしに対する意識の高さを見せつけた。屋外を想定したシーンにビンテージ家具をスタイリングしたり、見る角度によって色の変わるテキスタイルを取り入れるなど、さまざまな新基軸があった。

Studiopepe

秘密の製法を知る者を意味する「Les Arcanistes」をタイトルに展示を行ったStudiopepe。時代、様式、文脈などが異なるアイテムをピックアップし、独自にカスタマイズした上で自分達のオリジナルアイテムと組み合わせて、インテリアの化学反応を試みた。ミラノを拠点にインテリアデザイン、スタイリング、家具のデザインなど領域を超えて活動する彼女達らしいプレゼンテーションには、未来のトレンドの種が潜んでいるに違いない。

Cassina

「Cassina」の新作の中で、現在のデザイナーのものと並んで注目されたのがPierre Jeanneretによる家具「Project Chandigarh」。彼はル・コルビュジエが主導したインドのチャンディーガルの都市計画を現地で進めた建築家。今回、発表されたのはそのプロジェクトのためにデザインされた一連の家具の復刻版である。近年、価格が高騰したビンテージ品のインド国外への流出が問題視されるが、その動きにも変化があるかもしれない。

Salvatori

Elisa Ossinoは、今年のミラノ・デザイン・ウィークで最も活躍していたデザイナーの一人。大理石ブランドの「Salvatori」のショールームでは、ブランドアイテムと自身のアイテムを組み合わせ、幽玄ささえ感じさせる空間をつくり上げた。彼女はインテリアスタイリングにおいても実績があるが、共通性のあるスタンスでもスタジオペペ（左頁）が「MORE」ならエリザ・オッシノは「LESS」。こちらもミラノのもう一つのトレンドの象徴と言える。

The Socialite Family

フランスのウェブサイトで、豊かな空間に暮らす人々を紹介する「The Socialite Family」は、オリジナルのインテリアアイテム販売のコンテンツも持つ。今回ミラノで行った展示は、オリジナルアイテムをメインにアパートメントの一室を設えた。"普通"を感じさせる住空間のスタイリングにも多様なパターンがあるが、これくらいの温度感は現在だからこそしっくりくるものだろう。

H+O

デザイナーのエリザ・オッシノと、タイルや壁紙をプロデュースするデンマークの「File Under Pop」のJosephine Akvama Hoffmeyerによる新ユニット「H+O」。二人が手掛けた「Perfect Darkness」は、H+Oによる新作タイルを空間のメインに位置付けた展示で、キッチンやリビングからベッドルームまで多彩なタイルを取り入れている。過去にもプロジェクト単位でコラボレーションしてきた二人が互いの新しい面を引き出し合う活動は、今後の発展が待ち遠しい。

ALCOVA

昨年スタートした「ALCOVA」は、先鋭的なデザイナーやブランドを紹介する新会場として一層存在感を増した。今年は「ALCOVA SASSETTI」という会場が追加され、それぞれに空間を生かした展示が見られた。商業化が進むミラノ・デザイン・ウィークの中で、それとは異なるデザインの意義を主張するかのようだ。

HARU stuck-on design

壁に貼って空間を彩り、簡単に剥がすこともできる日本のメーカーによるテープ「HARU」の展示は、これまでもミラノで好評を博してきた。今回はALCOVAの中でも特に広い空間を使い、「13.8 billion light-years」と「Border」の2作品を展示。前者は壁面に鉱石や山脈の輝きを思わせるパターンを施し、後者はテープの特性を生かしながら新しい境界をつくる。自然光の変化も効果的に取り入れながら、素材の可能性を引き出していた。

Dzek

Andrea Trimarchi（左）と Simone Farresin によるデザインデュオ・Formafantasma は、2013年の大噴火で被害をもたらしたイタリア・エトナ火山の溶岩を用いるテーブルなどのシリーズを14年に発表。その経験を生かして制作された「Dzek」の新作タイル「ExCinere」は、火山灰を調合した釉薬を使用して、茶褐色から黒に近い色まで5種類の色合いを生み出した。このインスタレーションはタイルの可能性を見事に引き出したもので、プロダクトやオブジェだけではないフォルマファンタズマのデザイン力を伝える。

Bloc Studios

大理石を使った日用品やオブジェを手掛ける「Bloc Studios」は、スタジオペペ、Odd Matter、Federica Elmoとコラボレーションした新作を発表。形や色の自由度が高まり、特にフェデリカ・エルモの作品は原色のグラデーションを大胆に施して、大理石の家具のイメージを覆すものになっていた。更に透過性のあるテキスタイルをグラデーションで彩ったJustin Morinの作品を用いて展示空間を包んだ。

Morph

「Morph」はオランダのデザインアカデミー・アイントホーフェンを卒業したデザイナー達が結成した集団で、新しいテクノロジーを取り入れながら、極めて実験的な作品に取り組んでいる。現在、アカデミーのディレクターを務めるJoseph GrimaはALCOVAを主催するSpace Caviarの代表でもあり、デザインの枠組みを積極的に更新しようという彼の志向が、このスペースに色濃く出ている。

Alissa Volchkova

建築をバックグラウンドに持つAlissa Volchkovaは、ロンドンのRCAなどで学び、現在は主にパリを拠点とする。原始時代へのオマージュとしてデザインされた「Stone-age Glass」は、現在の一般的なクリスタルグラスとは対照的な、水晶の原石のようなクリスタルグラスの塊を削って成形したもの。素材の美しさについての価値観を覆そうとしている。また、ワイングラスとして使う時は、その重さのために、人は原始人のように振る舞うことになる。

Typologie

フランスやイギリスの若手デザイナー４人が、ある日用品の歴史から現在までをリサーチし、雑誌として発表するプロジェクト「Typologie」。その最新のテーマであるワインボトルとコルクについての考察が「The wine bottle and the cork stopper」展として披露された。デザイナーが歴史を参照するケースは多いが、Typologie はつくることより“知ること”に重心を置く冷静さが印象深い。デザインの時間軸を大きなスケールで捉える試みとも言える。

L'ULTIMA CERA

ミラノ市内の歴史ある美術工房で、デザイナーとの協働も多い Fonderia Artistica Battaglia による新プロジェクトの第1弾。起用されたのはスウェーデンの Anton Alvarez で、高圧で押し出したロウを原型とするブロンズのオブジェが発表された。個々のオブジェは偶然できたフォルムを生かしているが、フラワーベースなどとして最低限の機能も備える。会場となった15世紀に建てられたという礼拝堂との対比も、この街のデザインに対する理解の深さを印象付けた。

Poggi Ugo

「Poggi Ugo」はテラコッタの植木鉢や建材などを製造するフィレンツェのメーカーだが、今年、初めてインテリアアイテムを発表。スペインの「Masquespacio」がデザインしたプロダクトで構成するインスタレーション「LAND」を行った。テラコッタの製法は、１世紀以上変わらず継承されているもの。ミラノの市街を一望するビルの屋上での展示で、地に足の着いたものづくりでありながら、非日常を感じさせる場になっていた。

Dutch Invertuals

オランダの若手デザイナーのグループ展として定着している「Dutch Invertuals」。今年はサークル(円環)をテーマに開催された。毎回、そのテーマを参加するメンバーでディスカッションしながら、照明、家具、ミラーなど自由にアウトプットしていく。会場にサークル状のステージを設けて、作品を立体的に配置する見せ方も巧みだった。同展では、テクノロジーとアナログなものづくりの境界が、年々あいまいになっているように感じる。

MARNI

ファッションブランドの「MARNI」は、ランウェイショーなどを開催する大空間を使い、巨大なスロープと滑り台を設置。その周囲にコロンビアの職人を起用した家具、ラグ、遊具などをディスプレイした。PVCを使用した以前からある家具コレクションに加え、木や金属、レザー、テキスタイルを用いるアイテムも増えている。インクルーシブなデザインに取り組む姿勢は、ファッションブランドの展示としては貴重だ。

Valextra

毎年、デザイナーや建築家が空間を手掛けるのが恒例になっているミラノ市内の「Valextra」のショップ。今年はイギリス人建築家のJohn Pawsonが、彼らしいミニマルな設えで空間を一新した。床は既存のままだが、プラスターで仕上げたグレージュの壁や天井は新たに施工したもの。天井のコーナーにトップライト風の照明を配したり、ミラーを効果的に使うなど、彼のスタイルの魅力はさまざまなテクニックに裏付けられている。

Louis Vuitton

「Louis Vuitton」のホームコレクションとしてボリュームを拡大している「Objets Nomades」。今年はZanellato/Bortotto（P. 227）とAtelier Biagettiという、2組のイタリアのデザイナーを新起用。ザネラート／ボルトットによるパーティション「Mandala」は、ブランドのモノグラム・パターンとマンダラを組み合わせるイメージで、リング型のフレームに放射状にレザーを張っている。ブルーやピンクなどの色彩は、ベネチアの水辺の風景を思わせるものだ。

ARTICLE

【寄稿】ミラノ・デザイン・ウィーク 2019

2020年代を前に見えてきたいくつかの流れ

この10年間を振り返ると、デザインの存在意義が次第に拡張してきた一方、
ミラノ・デザイン・ウィークに象徴されるインテリアシーンにもいくつかの変化があった。
それでは2020年代のデザインは、どんな方向へ進んでいくのか。
そのヒントを、今年のミラノで目にしたトピックから考える。

文／土田貴宏

つちだ・たかひろ／デザインジャーナリスト。2001年からフリーランスとして活動。国内外でデザインに関する取材やリサーチを行う。ミラノ・デザイン・ウィーク現地取材は今年で14年目。

「Broken Nature」展が象徴する “デザイン概念の拡張”

今年のミラノ・デザイン・ウィークの会期中は、第22回ミラノ・トリエンナーレの催しとして「Broken Nature」1 という大規模な展覧会が行われていた。副題は「人類の生き残りを担うデザイン」。自然環境の破壊とそれに付随する多様な問題を踏まえ、その問題に立ち向かおうとする活動や表現を、人類が生き延びるためのデザインとして捉えたものだ。ミラノで学んだバックグラウンドを持つ、ニューヨーク近代美術館のパオラ・アントネッリがキュレーターを務め、世界各国から百組以上の作家が参加している。

この展覧会は、個々の作品が興味深いものであると同時に、デザインという概念の拡張が印象的だった。参加作家の顔ぶれを見ると、フォルマファンタズマ、マルティノ・ガンパー、スタジオ・スワインといったデザイナーもいるものの、アーティスト、研究者、活動家などによるプロジェクトも目立つ。もちろん表現形態もさまざまだ。つまりここでは、世界と人間の関係性に重点を置く創作活動全てが“デザイン”と位置付けられている。

このようなデザインの定義の変化は、2010年代の10年間において特に顕著だった。その変化をミラノ・デザイン・ウィークと対比すると、インテリアという分野が保守的であることが分かる。今年発表されたイスであっても、多くは30年前に生まれたものと同様の素材や製法を用いており、中には100年前のイスと変わらないものさえある。デザインとインテリアという近接していた二つの文化の乖離について、改めて考えさせられた。

注目を集めた懐古主義と、その対極にある先鋭性

もちろんミラノのデザインシーンについて細かく見るなら、この10年間でいくつもの変化があった。例えば10年前は、イタリアを拠点とする若いデザイナーに存在感がないことがよく指摘された。それに対して近年は、数えきれない程多くのイタリア在住のホープが活躍するようになった。

本特集で紹介したキンコセス・ドラゴ、スタジオペペ、エリザ・オッシノ、ザネラート／ボルトットらはその一部である。他には、四つの会場で新作やインスタレーションを見せたディモーレスタジオ 2 や、現代における新古典主義的なスタイルを提示するクリスティーナ・チェレスティーノらがおり、更に若い世代の才能も活気付いている。

彼らの共通点として挙げられるのは、過去の要素を積極的に引用・応用していることだ。歴史的なアイテムの復刻、仕様のアップデートを行う家具ブランドのアプローチも、彼らの意識と通底しているように思う。デザインの時間軸を長く捉え、歴史との関連性の上で現代のクリエイションを考えることは好ましい。しかし一方で、デザインによって未来をつくるという意識を欠く、懐古主義的なものを感じることも増えた。

ただし懐古主義が、ミラノ全てを覆っているわけではない。その対極のような場が、昨年にスタートした新会場「アルコーヴァ」(P. 196)である。アルコーヴァを主催するのはSpace CaviarとStudio Vedet。共に領域を超えて多様なアウトプットを手掛けている。特に前者を率いるジョセフ・グリマは、イタリアの建築デザイン誌「ドムス」の元編集長で、オランダのデザインアカデミー・アイントホーフェンのクリエイティブ・ディレクターを務める人物。アルコーヴァでは、世界的に見てもひときわ先鋭的なデザイン学校である同校の出身者を始め、多くのインディペンデントなつくり手を集結させた。またその流れをくむデザイナーが参加する、小規模なブランドの出展も増えた。

グリマ及びスペースキャヴィアは今年、デザインギャラリーのニルファー・デポによるグループ展「FAR」の会場構成や、トリエンナーレ・ミラノの新しいデザインミュージアムの

1 Broken Nature　第22回ミラノ・トリエンナーレは今年3月から9月まで開催。極めて広い視野で環境問題とデザインを捉える

2 Dimore Studio　「ディモーレミラノ」という新しい家具ブランドをスタートしたディモーレスタジオ。依然としてトレンドセッターとしての存在感は揺らいでいない

3 **Brut**　ブリュットは、ベルギー・ブリュッセルの４組のデザイナーで構成。昨年に続いてグループ展「Bodem」を開催した
4 **Sony**　AI とロボット技術が発展し、その存在が人間と新しい関係を築く状態をテーマとしたソニーの「Affinity in Autonomy」展
5 **Dornbracht**　来場者がヘッドセットを付けて洗面台に向かう「IS MEMORY DATA ?」展。左のディスプレイが仮想現実を映している
6 **COS**　フランス人建築家の Arthur Mamou-Mani とのインスタレーション「Conifera」。3D プリンターで造形したバイオプラスチックで建物を覆った（6点撮影／太田拓実　田熊大樹）

監修も務めている。「FAR」展のキュレーションを手掛けた Studio Vedet と共に、今後、更に存在感を増していくことが期待される。

またアルコーヴァに通じるような先鋭的な作風で、特に注目されたのがベルギーの Brut 3 やスウェーデンの Anton Alvarez（P. 199）。作品だけでなく、空間づくりやロケーションの選択にも独自の意図が示された好内容で、今後の飛躍を予感させた。量産品とは異なるデザインの存在意義に取り組む活動は、ミラノでは既に定着しており新陳代謝を続けている。日本からも we+ や狩野佑真が、このジャンルで新作を発表して注目された。

2020年代にフォーカスされるテーマとその先に見えて来るもの

近年のミラノ・デザイン・ウィークを特徴付けるもう一つの変化に、住環境とテクノロジーを融合させたプレゼンテーションがある。この変化は、他のジャンルに比べるとゆっくりではあるが、次第に明確なものになってきた。昨年に続いて出展したソニー 4 とグーグルは、新たな切り口でテクノロジーのある暮らしを提示。ソニーの「Affinity in Autonomy」展は、AI により自律的に行動してコミュニケーションを図るロボットを展示し、同社が考える豊かな暮らしの未来像を体験させた。またグーグルの展示では、生体データをセンサリングする器具を来場者が手首に着け、インテリアが異なる三つの部屋を巡る。データの変化から、その人が精神的に最もくつろげる部屋を教えてくれるのだ。

それらに加えて新基軸を感じたのは、水まわりのアイテムをそろえるドイツのブランド Dornbracht 5 が行った「IS MEMORY DATA ?」である。来場者は VR のヘッドセットを装着し、安価に設えられた洗面台の水に手を触れる。その時ヘッドセットに映し出されるのは、デジタル化した自分の手に、花びらやお金、または幾何学的な立体などが注がれる映像である。テクノロジーの発達は、こうした仮想体験と現実の体験をますますシームレスにしていくに違いない。そんな世界において、新しい美意識や倫理性がどのように生成されるかを考えさせられた。このインスタレーションを手掛けたクリエイティブ・ディレクターのマイク・メレーは、ドンブラハで多くのアートプロジェクトを制作してきた人物だ。

テクノロジー関連と並ぶトピックとして、環境問題への対応を訴える展示も増えている。特に廃棄プラスチックの問題が注目されてきたことで、木や金属を使った製品へのシフトや、クローズド・リサイクルの実現など、根本的な解決を目指す動きがある。またファッションブランドの COS 6 は、3D プリンターでバイオプラスチックを成形したオブジェを用いるインスタレーションを開催。スパツィオ・ロッサーナ・オルランディではリサイクル・プラスチックを用いたデザインコンペの受賞作を展示した。

ただしミラノにおける環境問題に対する意識は、北欧の国々のようには行き渡っていないようだ。問題への関心を喚起する機会が増えた現在、より大胆な取り組みを定着させていくことが望ましい。

前述したようなミラノ・デザイン・ウィークの傾向は、それぞれ今年だけに限ったものではない。というよりは、2010年代を通じて徐々に顕在化してきた上に、2020年代は一層フォーカスされるのが確実なテーマである。

更には、1919年に開校したバウハウスによって20世紀のデザインが本格的に開花していったように、21世紀のデザインと呼び得るものが、そろそろ本格的に姿を現すのではないだろうか。年々移り変わるトレンドと共に、そんなスケールでデザインを考えさせるものが、今年のミラノ・デザイン・ウィークにはあった。〈了〉

新卒・第２新卒者向け 企業プレゼンテーション

Corporate presentations

加速する少子高齢化社会において、企業における若手の人員確保は喫緊の課題です。また、働き方改革と謳われて久しい労働環境の改善はよりフレキシブルで多様化してきています。そうした状況下で、若手採用を図る企業の情報発信の重要性は増すばかりです。本企画では、商空間やデザイン業務に関わる建築・設計事務所およびメーカー各社の採用における姿勢を『商店建築』ならではの視点で紹介いたします。

I Z A N A G I

好奇心を進化させる仕事を担当してもらいます

IZANAGI

1／日本航空の天王洲オフィスリニューアルデザインを担当。ブランドを体験できるオフィスエントランスの重要な要素としてインテリアの一部になる映像を空間のデザインに取り入れた。デザインと共に映像制作・演出企画も担当
2／勝どきに竣工したタワーマンションのマンションギャラリー演出企画を担当。ジオラマにプロジェクションマッピングにより映像演出を加えることで感情の誘導を行いながら情報を深く伝えることを目指した。演出企画・模型製作・機材納品も担当

IZANAGIのオフィスは「赤坂見附」駅から徒歩4分、元赤坂と呼ばれる緑の多い静かな地域にある。建築家・高松伸が設計したビルの1階に、2019年2月初旬、IZANAGI自身がインテリアデザインを行い入居している。円錐や流線形のガラスが特徴的な入口には、自社運営のカフェを併設しており、フードコーディネーターやグラフィックデザイナーなど多数のクリエイターが参加して施策を始めている。ちょうどオフィス訪問時にはバリスタの田中大介氏が珈琲講座を行っている最中で「一般的なデザイン会社とは何かが違うな?」と思い業務内容を聞いてみたところ、その答えはあった。
広告代理店や不動産総合ディベロッパー、食品卸会社、商社、監査法人、空港会社など、数多くの有名企業をクライアントに持つ同社が手掛けるデザインには、そのほとんどに“企業のセールスプロモーション＝宣伝広告活動に関する”という枕詞がついてくる。つまり、企業のブランディングや販売促進活動への課題を理解した上で、感情を誘導するデザイン構築こそが同社の業務の主軸であり、同時に一番の強みとなっているのである。
広告代理店と一体となって課題や特徴を整理、どうしたら消費者にもっと楽しく、感動的に伝えることができるのかを考え、それをデザインへと昇華させてゆく。食品卸業の商品企画やプロモーションのサポート、ショールームやマンションギャラリーの空間演出の他、入札やプロポーザル資料のデザインなど、空間だけではなくデザインが必要な領域全てを得意とする。
採用は、学歴・国籍不問、現在スイス人デザイナーも在籍し活躍している。空間デザイナーとグラフィックデザイナー・CGデザイナーを募集。求められる人材は、好奇心のある人。デザイン以外のことにも幅広く興味を持てることが必要条件となり、新卒採用者にはミレニアル世代に刺さる新しいデザインを期待しているという。「入社当初は仕事に対する不安もありましたが、すぐに責任のある仕事をやらせもらい、自信につながっています。外資系ブランドの展示ブースのデザインを担当しています」（久保園麻桜さん、入社1年目、空間デザイナー）と若手社員が語るように、入社後は上司や先輩社員と共に仕事をこなすことで経験を積んでいくOJTが基本で、入社1年目より即戦力として働くこととなる。
「弊社は多数の専門家とコラボしながら仕事を進めることが多く、オフィス内にデイビッド・シュリグリー、金氏徹平、オノデラユキ他、世界で活躍するアーティストのコレクションを展示しているのも仕事の仕方を表していると思います」と話すのは代表・竹田。「学んできたことや、経験してきたことが役立つのはもっと先のこと。プロとして仕事をするには好奇心を大切に、クライアントが満足するクオリティを目指す人材を募集しています」と語る。デザインを次の領域へ浸食を目指す、IZANAGIの挑戦が伺えた。

COMPANY DATA　URL　https://ivtt.jp/company_izanagi.html　TEL　(03) 6804-3986

Green Display
Say It With GREENING!

挑戦できる環境、バックアップ体制の整った職場

グリーンディスプレイ

本社のワーキングスペース

1／東京・池尻にある本社での学生向けイベントの様子。入社後は、初年度よりショッピングモール、百貨店、レストラン、カフェ、ホテル、ミュージアム、チャペル、学校など多岐に渡るクライアントを担当し、植栽系デザイナーとしての能力を身につけていくこととなる　2／海外から厳選、またはオリジナルで開発したアイテムを用いて都市型の生活シーンに旬を添えるシーズナルデコール事業の一例。この「羽田エクセルホテル東急」（東京・羽田空港）のロビーフロアを彩るクリスマス装飾は、入社1年目の福田さんが手掛けたものだ

商空間やオフィスなどにおいて、植物を中心とした空間演出を主な業務とするグリーンディスプレイ。1972年の創業以来、“Say it with GREENING〜人と自然が生み出す良質な空間を創造し、社会貢献すること〜”を理念に、都市生活者に向け、人と植物との関わりの可能性を広げる提案をし続けている。
事業は主に二つ。一つは室内外の植栽景観の企画・デザイン・施工・メンテナンスまでを一貫して行うプランツスケーピング事業。もう一つが、クリスマスやハロウィン、お正月、桜といった季節を演出するシーズナルデコール事業であり、こちらは植物に限らず、音や映像、光、香りなども用いたディスプレイの企画・デザイン・施工を行っている。
職種は、プランナー、プロデューサー、ディレクター、マーケッターの全ての役割を担い、デザイン思考を持って、クライアントの要望を具現化していく企画営業。会社としての経営戦略を打ち出し、耕作放棄されたお茶の木を植栽利用する“お茶の木プロジェクト”など社会貢献も含めたサービスコンテンツを構築する事業推進。植物の専門知識を持ち、管理やメンテナンスを行う管理・サービスの3つの部門があり、すべてが総合職となっている。入社後は、どの部門に配属されても、半年間は植物の種類や管理、仕入れなどの基礎知識を得るための研修が行なわれ、さらに企画営業に配属された人間は、同時に初年度よりクライアントを担当し、先輩社員と共に実地経験を積み重ねながらスキルを習得していく。
グリーンディスプレイが求めている人材は、“自分で考え、自分で行動を起こせる人間”。新たな驚きや喜びを生み出すことを目的としているため、受け身ではなく、今あるものに満足せず、これまでにない提案を生み出す発想力が必要となる。また、ディスプレイ業である以上、当然のことだが、現場での作業は基本的に人のいない時間帯に行われ、とりわけ繁忙期は仕事が深夜にまで及ぶことも少なくない。人に喜ばれることにやりがいを感じられるホスピタリティ精神も要求されるだろう。「アパレル、ホテル、設計会社を担当しています。分からないことを聞いて、嫌な顔をする先輩は一人もおらず、失敗してもいいからやってみろというスタンスで、フォローもしてくれます。興味があるならば、ぜひチャレンジして欲しいです」（企画営業部門、入社2年目、4年制大学卒、福田さん）
同社の採用条件では、学歴や国籍は不問。業界全体に新たな人材を取り込むために、新卒採用がほとんどである。まったくの未経験者でも責任ある仕事を任せてもらえるので、自身のスキルアップにも適した環境だと言えるだろう。

COMPANY DATA　URL　http://recruit.green-display.co.jp　TEL　(03) 5779-6700

FANTASTIC DESIGN WORKS

“人間的な魅力”が良いデザインをカタチにする

ファンタスティックデザインワークス

1／イタリアの食材とそれを具体化した料理を楽しむレストラン&マーケット「イータリー」。外観から自然と見えてくる店内の活気が印象的
2／同社が大事にしているデザインのオリジナリティーが存分に発揮されたクラブ「ラピス」。運営面の動線を重視しながら、照明や造作によりダイナミック感を表現

レストランやバーを始めとする飲食店、クラブ、物販店など幅広い商業空間のデザインを手がけるファンタスティックデザインワークス。代表の鈴木克典氏は、「以前はクラブやバーが中心であったが、最近はフードホールや大型の商業空間のプロジェクトも増えていて、インテリアデザイナーとしての職能の幅とニーズが広がっていると感じる。多岐に渡る仕事の中でも、その店のオリジナリティーと、訪れるお客さんが幸せになれる空間づくりを大事にしています」と話す。鈴木氏はアトリエ系デザイン事務所に10年以上勤めた後、2001年に独立して会社を設立した。若い頃から独立するビジョンを持っていたが、一人ではなく様々なクリエーターと協力しながらデザインに取り組んでいく気持ちがあったという。
「現在は社内に3人と、在宅で1人が所属しています。昔に比べて作業的な仕事の手間がかからなくなり、徹夜をして根を詰めるような昔気質のデザイナーの働き方ではなくなっています。その分、デザイナーを志す人には、自分の時間を大切にして様々な情報や出会いを蓄えていってほしい。例えばきちんと健康や時間の管理ができて、充実した生活を送っている人のほうが、デザイナーとしても魅力ある存在になれるし、活躍できると感じています」
同社は鈴木氏が代表を務めているが、各スタッフが鈴木氏と一緒になってデザインに取り組んでいるのも印象的だ。
「弊社のデザイナーとして求めるものは人柄です。極端に言ってしまえば、デザインや設計の実務は後からでも学んでいける。一番大事なのは、この人となら仕事を一緒にできると思える人材です。テクノロジーやデザインツールが進化し、デザイナーが任される店作りに関連する要素が増えることで、一人でデザインをやり遂げるのは難しくなっている。複数の人と自分の持っているスキルを出し合いながら、協力してデザインしていく姿勢を大切にしています。分からないことがあれば、嘘をつかずに素直に分からないと言って、学んでいく向上心と柔軟性が必要ですね。自分の実力や魅力を高めることで、共に仕事をしたい人が集まり、大きな結果を出すことができる」
入社4年目の藤武氏に話を聞くと、「最初は図面をほとんど書けませんでしたが、その他の自分にできる仕事を一生懸命やるうちに、周りもサポートしてくれて仕事に取り組めてきました。今ではプロジェクトの一部を任されることも増えた」と言う。
商業空間のデザインは、オリジナリティーと同時に、設計や施工のスケジュールやコストの管理、施主や社内、施工会社とのコミュニケーションなど様々な能力が求められる。初めからすべてを完璧にできる人材はいないが、そのスキルやノウハウを周りから吸収しつつ、自分のデザイナーとしての在り方を形にしていける環境が、ファンタスティックデザインワークスにはある。

COMPANY DATA　URL　http://www.f-fantastic.com/　TEL　(03)6455-5080

商店建築

商業空間づくりを後押しする専門誌

月刊『商店建築』編集部

1／建築カメラマンとともに、誌面用に店舗撮影をする機会も多い。誌面では写真や図面、設計者の原稿などの他、協働者（グラフィックデザイナー、アーティストなど）、店舗オーナー、識者への取材を行う
2／編集部で活躍する若手社員。写真は本社の会議室で打ち合わせをしている様子

1956年に創刊した月刊『商店建築』。商業空間づくりに携わるデザイナーや建築家、施工者、店舗のオーナーに向けて、店舗デザインや実務的なデータ、設計手法に関連する情報発信を続けている。誌面では、店舗の写真を中心に図面や設計者の解説原稿、設計データを主に紹介するほか、店づくりに携わる様々な人へのインタビューや、ディテール図面集、専門的な知識や情報をまとめた連載などを掲載。商業空間デザインの設計資料としてのアーカイブ機能も担っている。

「全国の設計者が、より良い店づくりをするための後押しをする存在を目指して雑誌づくりに取り組んでいます。空間を設計するには様々なリサーチが必要です。カウンターひとつでも適切な寸法や必要な設備、業態によって変わるコミュニケーションなど多くの情報を収集することから始まります。ただ、デザイン事務所によってはリサーチに多くの時間やコストを掛けられないケースもある。そんな設計者たちのサポートができればと考えています。店づくりのトレンドや、良い空間づくりの手法を集め、内容を深めて分かりやすく編集して伝えることで、日本の商業空間デザインを底上げし、文化として高めていくことが大きな目標です」（編集長・塩田健一）

月刊『商店建築』の編集部では、6〜8人ほどの編集部員が活躍をしている。新人はまず先輩の編集者の取材や編集に付き添い、編集部のルーティンを学んでいく。その後、小さな記事の取材などを任されるようになり、約半年ほどで特集を担当するケースが多い。上司や先輩もしっかりとサポートしてくれる環境で、早期から実践の場で働けるのは魅力だろう。塩田編集長は「小規模な編集部なので、社員同士のコミュニケーションが取りやすく、風通しが良いのも特徴です。編集部で働く人は、編集の知識がなくとも商業店舗に興味があり、良いデザインや情報を伝えたい気持ちがあれば大歓迎です。実務的なことは3〜4年もすれば身につきますが、編集者としての能力は雑誌づくりに取り組んでいる限り、ずっと磨いていけるものだと思います。それは取材対象の言葉を引き出すコミュニケーション能力や、デザインに関する知識に裏付けられた多様な視点などです。それらを柔軟に吸収し、謙虚に学んでいく社会人としての礼儀や姿勢が一番大事と言えるかもしれません」と話す。

入社して2年の編集部員は「大学で建築を学んできましたが、雑誌づくりの事は何も知らなかった。今では特集も任されるようになり、取材の準備をしっかりとして、設計者から自分の知らなかったことを聞き出せた時がとてもうれしい。また、その取材内容を誌面でどう表現するかを考えている時も楽しい」と語る。

商業空間づくりに携わる人々の思いや技術に出会い、雑誌として情報発信をしていく喜びを月刊『商店建築』で感じながら編集者としての一歩を踏み出してみてほしい。

COMPANY DATA　URL　https://www.shotenkenchiku.com/　TEL　(03) 3363-5740

ADVERTISING
FEATURE

広告企画

“木”大全

空間に温かみや落ち着きをもたらす木質建材。さまざまな国産材や輸入材がそろい、
多彩な表現が可能です。ホテルや宿泊施設、カフェ、和食店などで日本らしさを表現するうえにおいても
不可欠の素材であり、メーカー各社は多彩な樹種をそろえるとともに、
フローリング、パネル、シート等さまざまな形状・仕様、最先端の処理技術を施した木製建材を用意し、
ニーズに応えています。本企画ではさまざまな木質系建材を施工例とともに紹介します。

※価格は税別金額です。

内装用無垢パネリング

SPLIT LUMBER

オーク無垢材を贅沢に使用したパネル材「SPLIT LUMBER（スプリットランバー）」。薪を割ったような木のナチュラルな凹凸感とラスティックな存在感は、荒々しくも上質な壁面を演出し、フォーカルポイントなどに最適。カラーは、オーク材の明るい色調をそのまま生かしたナチュラルと、燻加工を施すことにより重厚さを感じるブラウンの2種類。長さは350㎜、幅は110、130、150、170、200㎜幅の5種類でミックスパターン貼りも可能。

ニッシンイクス

URL◎https://www.nissin-ex.co.jp　電話◎（0834）36-1700

〔資料請求番号701〕

既存の建材を屋外仕様にする

MY Protect

屋内での使用に限定されていたトーザイクリエイトの木製建材「DSウォール」や「DSボード」などを屋外や水まわりでの設置を可能にする特殊コーティング加工「MY Protect（エムワイプロテクト）」。天然木に加工することで「腐らない・変色しない木」を実現する新しい仕上げ材。このコーティングは耐水性があり、汚れにくいという特長を持ちながらも、一般的な塗料と違い空気を通すため、匂いなどの木の特性を失わず使用可能。コーティング材は無機物で作られており、あらゆるシーンで安心して使うことができる。価格：要問い合わせ。

トーザイクリエイト

URL◎http://www.tozaicreate.com

電話◎（03）3377-5261

〔資料請求番号702〕

窓まわりに高級感あふれる木の質感をもたらす

ナニックのウッドブラインド

ナニックのウッドブラインドは、ホテル、レストラン、オフィスから住宅にいたるまで、カーテンやアルミブラインドに代わる窓まわりの選択肢として、25年近くにわたり支持されている。空間のボリューム感や景観の見え方を左右するブラインドだからこそ、同社はミリ単位で注文できる製作サイズはもちろん、ルーバーの幅を多数そろえ、色の特注にも柔軟に対応することで、デザイナーのイメージを具現化してきた。埼玉県戸田市の工場で1台ずつ一貫生産し、納期やアフターメンテナンスも安心。写真左は、73色から選べる「ナニックシリーズ ウッドブラインド」。写真右は、縦のラインによって空間をスッキリ見せる「ウッドバーチカルブラインド」。他にも可動ルーバーに特化した専門メーカーならではのバリエーションを数多く取り揃える。

ナニックジャパン
URL◎https://www.nanik.co.jp/　電話◎(03) 3370-0729
〔資料請求番号703〕

現代の多様な建築、
空間に合わせて進化した組子

美術組子

2500年前の“神代杉”や樹齢150年を超える“天然木曽ヒノキ”、美しい木肌・柾目の“吉野杉”など、最高級の木材や日本の古い文様を駆使して組子職人が製作していくタニハタの「美術組子」。世界にたったひとつのアート作品のように自由に組子をデザインすることで、これまでにない世界をつくり出している。変化に富んだ趣のある表情、抽象的で美しい幾何学文様など、モダンから和風までどんな空間にも一際映える同社の美術組子は、ホテル、レストラン、商業施設、個人邸まで、国内外で多くの人を魅了している。

タニハタ
URL◎https://www.tanihata.co.jp/
電話◎0120-41-2872
〔資料請求番号704〕

サスティナブルかつ
カーボンフリーな板パネル

スノーフェンス古材

アメリカ西部のワイオミング州の幹線道路などに雪が流れ込むのを防ぐ目的で設置されたスノーフェンスを使用した板パネル。標高2100m以上の高地で、10年以上に渡って風や雪、雨、日射などでナチュラルエイジングしたものを古材として再利用している。長い間、乾燥地帯の自然にさらされているため、虫やカビなどが発生する心配もなく、美しい経年変化を楽しむことができる。米国環境基準「グリーンガードゴールド」認証を取得済。カラーは写真のサンダンス・ホワイト含め4種類。サイズw100×乱尺(300、600、900、1200)×t6㎜(サイズは製品によってばらつきあり)、価格:42,000円/束~(約1.8㎡)。

ハウディー
URL◎https://www.howdy-inc.com
電話◎(03)6895-0388
〔資料請求番号705〕

木質系セメント板パネル

レノウッド

国産ヒノキの間伐材のみを使用した長繊維木毛に、高品質のポルトランドセメントと水を加え、プレスしてつくられる木毛セメント板。木の繊維を生かした質感とナチュラルな色合いが空間に安らぎを与えてくれる。また、室内の湿度が高くなると湿気を吸収し結露を防ぎ、湿度が低くなると湿気を放出し乾燥を抑えるなどの調湿性能に加え、優れた耐火性と高い吸音性能などで快適な室内環境をつくりだす。さらに、ヒノキ独特の香りがリフレッシュ効果だけでなく、抗菌・防虫、消臭・脱臭効果を与えている。国内では竹村工業のみ製造している、ホワイトセメントを使用した白い木毛セメント板があることで、幅広いカラーへの対応が可能。

竹村工業
URL◎http://www.takemura.co.jp　電話◎(0265)36-6111
〔資料請求番号706〕

空間に彩りを与えるウッドマテリアルブランド

KITOIRO

ウッドワンの新しい木質建材ブランド「KITOIRO」。"素(そ)のままよりも楽しい"をブランドコンセプトに、質の良い本物の木に鮮やか色彩や豊富なデザインをプラスし、木を取り入れた空間アイデアを拡げる。全88色のカラーバリエーションをそろえた「COLOR」、どんな空間にも合わせやすい「BASIC」、5つのテーマごとに多彩なパターンを施した「DESIGN」の3つのデザインを用意。それぞれの柄ごとに床や壁などさまざまな場所で使用できるアイテム(フローリングや壁材、パネル材、長押など)をラインアップ。木はすべてニュージーランドの柾目材を使用。木目を立体的に浮き立たせる浮造り加工で仕上げている。

ウッドワン

URL◎https://kitoiro.com/　電話◎0120-813-331

〔資料請求番号707〕

オーク材のヘキサゴンフローリング

Premium Oak Hexa

雪の結晶や蜂の巣など自然界にしばしば見られるヘキサゴン(六角形)。アドヴァンの「Premium Oak Hexa(プレミアム オーク ヘキサ)」は、常識にとらわれない形状でオーク材の力強さを表現するのにふさわしいフローリング。オーク・ナチュラル、スモーク・オーク、ウォールナットの3種。サイズ：w330×h380×t13.5㎜、価格：14,800円／m²。

アドヴァン

URL◎https://www.advan.co.jp/

電話◎(03)3475-0281

〔資料請求番号708〕

天然銘木不燃シート

SANFOOT

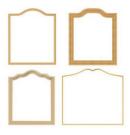
高品質の天然銘木突き板を製造している北三。「SANFOOT(サンフット)」は、原木から約0.2㎜に薄くスライスした突き板を、さらに特殊ベース基材に貼り合わせることで優れた防火性や曲面加工性を可能にした。法定不燃材料に施工することで不燃認定を取得したほか、折り曲げが可能なため鋼製建具やルーバーに施工することも可能になった。ホテルや商業施設、オフィス、学校などの公共施設などはもちろん、電車内装などにも幅広く採用実績があり、多様な活用が見込める。価格は樹種やサイズによって異なるため要問い合わせ。

北三
URL◎https://www.hoxan.co.jp/　電話◎(03)3521-2111
〔資料請求番号709〕

無垢木材を使用した立体ウッドタイル

リズムウッド 杉 桧

国内産の杉や桧の無垢材を300㎜角の下地材に貼り合わせ、凹凸のある立体的な壁面を仕上げることができるウッドタイル。幅、厚みの違う材を同じパターンで貼り合わる「オリジナル」、幅、厚み、長さの違う材を自由設計で貼り合わせる「ランダム」、厚みの同じ材を貼り合わせる「フラット」の3タイプと各タイプ共通の目地棒を用意。パネル毎に縦、横貼りができるのでデザインの自由度が高く、施工も容易。不燃、準不燃処理にも対応する。写真は、フラット9枚と目地棒を貼り合わせた例。

ビービーウッドジャパン
URL◎http:// www.bbwoodjapan.com
電話◎(0422)27-6172
〔資料請求番号710〕

繊細で上品な曲線が魅力の弓形装飾部材
ユミアール

弓形に加工された「ユミアール」は、直材と接続して、壁面や腰壁の装飾、壁面照明器具まわりの装飾、ドアや家具の装飾などに幅広く活用されている。6種類の弓形状があり、それぞれにいくつかの面形と幅サイズがある。同面形の直材だけでなくアール材があり、組み合わせ次第で、変化に富んだオリジナリティーある意匠を表現することができる。木製品ならではのやさしい質感・温もりと繊細で上品なフォルムは、空間を美しく飾るアクセント装飾材として存在感を放つ。

みはし
URL◎https://www.mihasi.co.jp/
電話◎(048)464-0384
〔資料請求番号711〕

天然木を使用した突き板壁紙
WILL WOOD

最新技術を用い天然木を薄くスライスし、職人の手で一つひとつ横繋ぎした"本物の木"の壁紙。一般的な樹種を中心に31種をそろえるが、公共施設などで地場の木材を用いたい場合など、希望に応じた木材を用いることも可能。写真の事例は、東京都千代田区にあるオフィスコムのエントランス。壁面に「WILL WOOD」を、ドアに粘着剤付化粧フィルム「REATEC(リアテック)」のREAL WOODシリーズを施工し、メンテナンス性を持たせつつ木目の美しさを際立たせるコーディネートとした。

サンゲツ
URL◎https://www.sangetsu.co.jp
電話◎(052)564-3314
〔資料請求番号712〕

アジア・和風空間演出に最適な格子

店舗用無垢アジアン格子

中国料理店をはじめ、アジアン料理店に使われているアジアン格子とシンプルな和風格子戸の製作を手掛けるコーワ。ニレ、アカマツ、タモなどの無垢材を使用し、海外工場で組み立てて製作をしている。格子柄は自由に指定でき、図面通りのオリジナル格子柄や寸法を正確に再現する。静岡の自社工場で塗装するため日塗工色番やアイカ化粧材品番での塗装に対応できる。店舗の仕切りや引き戸として用いることで、クオリティーの高いアジアンテイストや和風空間を演出可能。原案図面を持ち込めば経験豊富なスタッフが最適な商品を提案してくれる。既製品の在庫も豊富で、特注品は最短約3週間程度で納入可能。

コーワ
URL◎http://www.kabu-kowa.co.jp/
電話◎(054) 255-5040
〔資料請求番号713〕

よりリアルな木の質感を表現したメラミン化粧板

シンクロサーフィスシリーズ

木目柄とその導管エンボスの凹凸を同調させた新しい同調エンボス化粧板「シンクロサーフィスシリーズ」に新たにウォールナット柄が追加された。第1弾であるプーロアッシュ柄9色の人気を受け、今回はより上質な仕上がりのラフィネウォールナット柄5色がリリースされ、計14色での展開となった。天然木材と見まごうほどのリアルなテクスチャーは、店舗における家具や什器、カウンターに最適の素材。写真の品番は上から「BMS-8817DE」「BMS-8815DE」「BMS-8818DE」。

イビケン
URL◎https://ibiboard.jp/　電話◎(0584) 74-3916
〔資料請求番号714〕

端材と植林材を有効利用したエコ・エンジニアフローリング

THE NEWYORKER

製材の段階で出る端材を廃棄せず、2～3㎜にスライスし重ねて加工することで製品化に成功、限りある資源を有効利用した近未来型エコ・フローリング。木端面を使用することにより強度が保たれ、施設に求められる重歩行も可能となった。床一面に見える柾目のフローリングは飽きがこない上に、空間に高級感と優しさをもたらす。また、製品安定力が非常に高いため、床暖房にも対応する。表面塗装は艶消しのUV塗装を施し、ワックスがけ不要のフリーメンテナンスでランニングコストを低減している。

望造

URL◎https://www.bouzou.co.jp/　電話◎(045) 982-5790

〔資料請求番号715〕

竹製内装材

竹のデザインパネル

竹の加工から販売、施工まで手掛ける京都･太秦の竹屋、竹定商店の竹のデザインパネル。もっとも基本的な竹加工技術の一つ、“平割”を使用したデザインパネルで、平割加工された竹を細切れにし、レンガのように貼り合わせている。あえて切断面を見せることで立体的な仕上がりとなり、遠目に見ると織りのようにも見え、細やかな仕事が高級感と重厚感を醸し出す。白竹、図面竹、胡麻竹の3種類から選択可能。サイズ：w910×d10×h1820㎜(特注サイズも対応可)、価格：24,000円。

竹定商店

URL◎https://takesada-shoten.co.jp/

電話◎(075) 861-1712

〔資料請求番号716〕

資料のご請求は挟み込みの専用ハガキか当社HPをご利用ください。

FOCUS

庭をフレーミングする軒下空間

清春芸術村
ゲストハウス

GUEST HOUSE KIYOHARU ART COLONY, Yamanashi
Designer NEW MATERIAL RESEARCH LABORATORY

山梨県北杜市長坂町中丸4551他

設計／新素材研究所
協力／構造計画　正木構造研究所
　　　照明計画　エフ・ディー・エス
施工／住友林業

撮影／杉本博司

上／外観。浮遊感のある大屋根で建物を覆い、周囲の景観となじませている。屋根は上部に米杉材木羽葺き、下部に銅板一文字葺きを合わせた　下左／アプローチ。地元産の相木石の石段と平石の延段の組み合わせ　下右／エントランスに設けられた滝根石のつくばい

ギャラリーから、低く深い軒にフレーミングされた庭を見る。わずか直径50㎜の鋼製無垢柱が軽やかさを生む。庭は野面積みによる相木石の石垣がシャープに縁取り、福島県産滝根石の巨石が二つ配された

左／ギャラリーと軒下空間を見る。開口部よりも内側に屋根が入り込むことで、庭をより引き込む効果を生み出している　右／ギャラリー空間。テーブルのガラスの脚が透明感を生む

和心　〜「住む」より「見る」が優越した、傘のような建物

和風住宅とは何か、それは庭と共にあることではないかと思う。古代、源氏物語絵巻に描かれる寝殿造りにも、壺と呼ばれる美しい庭があり、その部屋に住まう美しい人をも指していた。中世、室町期の東求堂は銀閣の庭の中に建てられた。近世、修学院離宮は見渡す限りの庭に遠山の借景、建築は大海に浮かぶ小舟といった風情だ。近代、吉田五十八は新興数寄屋を起こし、千利休と電気生活を合体させ、北村美術館の四君子苑という名庭に華を添えた。現代は敗戦の痛手からか、日本人は庭を持つ気概をなくしてしまった。相続の度に家屋は縮小し、庭にはプレハブがはめられ、畳は捨てられた。和風はかろうじて高級旅館にその名残を留めるだけとなってしまった。

私はこの都会から離れた有閑の地に和風を復活させたいと願った。まず庭があり、その庭を愛でるための軒がある。軒は傘と言い換えても良い。夏の熱射を凌ぎ、冬の雪を避けるための傘としての構築物がこの建物だ。傘の取手は柱となり、竹の取手の内部の空洞を少し広げて雨露を凌げる内部空間とした。庭の広さを楽しむための最適の庇の深さが検討され、屋根が描かれ、屋根に対して異常なほど狭小な居住空間が逆算された。住むことに優越して見ることがあるのだ。

造園の基本は景石にある。石の見立ては建築家の仕事ではない。石に取り憑かれた石頭の人間の仕事だ。私は福島の山奥で、滝根石と呼ばれる自然石の、岩盤から数億年の眠りを覚まされて剥がされた数千個の石達の中から、特別な気配を送ってくる二つの石に邂逅した。石を選ぶ時にいつも感じるのは阿吽の呼吸だ。敷地の形状が頭の中にあって、そこにぴたりとはまる、ジグソーパズルの一片を探し出す呼吸だ。まったく別の場所にあったこの二つの石は、お互いを呼応し合っているように私は感じた。石は凸型と凹型で陰陽の対を成し、悠久の昔一体であったのが、地殻変動の時バネのように弾き飛ばされてこの庭になった、というのが私の空想である。二つの石の間には緊張関係があり、それも阿吽の呼吸であり、風神雷神関係であり、男女和合の愛人関係でもある。女石の窪みからは汲めど尽きせぬ清水が懇々と湧き出る。しかし庭は言葉による説明を拒むような庭でなければならない、言説は削除だ。庭の外構を囲む石垣は八岐大蛇のように大きくとぐろを巻いている。昔、織田信長が安土城造営の時に使った石工集団、穴太衆（あのうしゅう）と同じ積み方の野面積み（のずらづみ）で積んだ。石は近隣で取れる相木石（あいきいし）、昔から石は近場のものを使うのが定石だ。

建物の屋根の架構が組みあがった頃、私は一つの扁額（へんがく）に巡り合った。「和心」と揮毫（きごう）されている。江戸後期の真言僧、慈雲尊者の手になる扁額で、自らの和歌が彫られている。

白雲（しらくも）よ　月よ　桜よ　見るままに　萬代（よろずよ）尽きぬ　おの我（が）春秋（しゅんじゅう）

白い雲が流れ、月が照り、桜が咲くのをただ見ていると、遠い昔へと、私の心は誘われてゆく。私は季節の虚ろいの中にいる、それが和の心だ。

私はこの建物の軒下にこの扁額を掛けることにした。

私の好きな慈雲の歌をもう一首。

心とも　知らぬ心を　いつのまに　我が心とや　おもい染めけむ

和の心、などと言ってはみたものの、「私の心」とは何なのかも定かでない私の心には、和の心は萬代の先にある。

〈杉本博司／新素材研究所〉

現代的な構造と自然素材の対比

南アルプス北端の甲斐駒ヶ岳を望む敷地に立つゲストハウスは、文化複合施設である清春芸術村に隣接している。老桜に囲まれた芸術村を背景にして、銅板と板葺きで構成した約90坪の寄棟屋根が敷地を覆っている。刀刃を施した庇の先端は鋭く、銅板金のコーナーは蛤、風情を醸し出すように粗めの米杉を葺いて棟木が通っている。屋根の銅板と米杉は時間と共に美しく枯れ、環境に溶け込んでゆく。北側のアプローチは大和張りの板塀と石垣に沿って苔庭の路地空間になっており、石敷きの延段から軒下の玄関へと来訪者を迎え入れる。

庭との関係を強く意識したことにより、柱は細く屋根が浮遊しているかのように軽やかな印象で、数寄屋大工の技量によって表現された木部と現代的な手法が共存している。開口部の角柱を除くなど、真壁の木造数寄屋では困難な表現とするために、主要構造は鉄骨造

檜の浴室

軒部分 断面図 1：30

とし、鉛直力を外周の50Φの鋼製無垢柱で支持して、水平力は内外を仕切る最低限の壁で負担している。屋根坪に対し内部空間は35坪ほどで構成されており、庭と現代美術を鑑賞するためのギャラリーと1ベッドルームのみで宿泊できる最低限の機能とした。

回廊的な半外部の軒先空間が内外の領域をあいまいに分ける。単純な平面構成と現代的で明快な構造形式を採用していると言えるが、同時に素材が本来持っている自然美を尊重し、建物を取り囲む清春の自然との調和を図っている。

〈榊田倫之／新素材研究所〉

PLAN 1：400

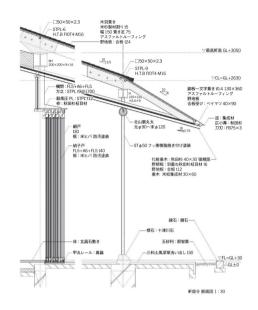
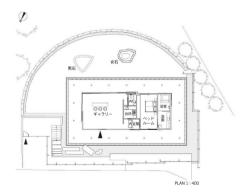
「清春芸術村ゲストハウス」data

工事種別：一戸建て　新築
用途地域：都市計画区域外、田園集落区域
建ぺい率：実効27.38％＜制限50％
容積率：実効20.05％＜制限100％
構造と規模：木造（BF構法）＋S造　地上1階建て
敷地面積：800.00㎡
建築面積：219.00㎡
床面積：160.40㎡
工期：2017年6月～2018年6月

営業内容

開業：未定
電話：（0551）32-4865
経営者：吉井仁美
客室料金：清春芸術村に問い合わせ

主な仕上げ材料

屋根：OSB下地米杉製材割り　銅板一文字葺き
外壁：ラスボード下地ソトン壁掻き落とし仕上げ
外床：三和土風洗い出し
外部柱：鋼製無垢柱錆止め塗装
床：モルタル下地玄昌石四半敷き　米松無垢材十和田石敷き
壁・天井：PB下地AEP

「清春芸術村ゲストハウス」記事

庭を眺めるための和風建築を再構成

新素材研究所・榊田倫之さんに聞く

山梨県北杜市にある清春芸術村に新素材研究所の設計によるゲストハウス「和心」がオープンした。庭を眺めるためのコンセプチュアルな建築が問いかけるものは何か。設計した新素材研究所の榊田倫之さんに聞いた。

取材・文／佐藤千紗

角の柱をなくし、鉄骨造としたことで、開放感のある眺めを得られる。天井の塗装と掛込天井のコントラストがモダン

アーティストの感性を表現する庭

山梨県北杜市にある清春芸術村は、甲斐駒ケ岳を望む清春小学校の跡地につくられたアートコロニーである。1977年、この地を吉井画廊の吉井長三氏が小林秀雄氏や白洲正子氏らと訪れたことから構想が始まった。以来約40年、桜に囲まれた敷地内には、ギュスターヴ・エッフェル設計のパリの名建築を再現した「ラ・リーシュ」、谷口吉生氏による「清春白樺美術館」、吉田五十八氏による「梅原龍三郎アトリエ」、藤森照信氏による茶室「徹」、安藤忠雄氏による「光の美術館」など、数々の建築作品が集まる。そこに新たに加わったのが新素材研究所によるゲストハウス「和心」だ。

周囲よりやや低く、掘り込んだような敷地に、大きく、軽やかな銅板と米杉材葺きの屋根が掛かる。階段を下りて建物に入ると、庇越しに細長く切り取られた庭が広がり、一幅の絵のようである。

設計の経緯を榊田さんに聞いた。「清春芸術村の現理事長・吉井仁実氏に依頼され、2013年に敷地に隣接したレストラン『素透撫（ストゥブ）』を設計したのがきっかけです。次はレストランに付随するオーベルジュのようなゲストハウスを、という構想はあったのですが、ようやく実現しました。これまでの建築家による作品群に新素材研究所の仕事が加わった」。藤森照信氏が建築から茶室というアート・アーキテクチャーを志向するとしたら、アートから建築へという反対のベクトルを取るのが新素材研究所と見ることもできる。

「新素材研究所はアーティスト・杉本博司が作品で表現してきた“時間”を空間デザインに置き換え、時間を感じさせる石や木などの『旧素材こそ最も新しい』という理念のもと、活動してきました。中でもアーティストとしての杉本の感性を一番発揮できるのが庭。庭はその人の感性や感覚が純粋に表現される、数寄の極致だと思います。だから、新素材研究所の作品は、庭との関係を強く持つことで、新素材研究所らしい空間を表現してきました」

伝統とモダンのハイブリッド

庭を見るための建築として設計された「和心」は、軒を深く、低くし、庇が室内に入る掛込天井により、庭との視覚的な距離を縮めている。庇の先端は銅製の刀刃により薄く鋭利に仕上げられ、庭をシャープに切り取るフレームを構成。すっきりと見せるために、開口部の角柱を除き、鉄骨造とし、わずか50㎜の鋼柱で支えている。

「日本建築で昔から使われている内外を一体化させる手法に、現代的な要素を掛け合わせたハイブリッドなスタイルが特徴です。例えば、屋根も数寄屋建築ではサワラ葺きとするところですが、収まりが良過ぎるので、あえて、ラフなレッドシダー材を選び、周囲の景色に溶け込ませています。室内の天井も白く塗装することで、掛込天井との差異が際立ち、モダンな表情となっている。そうした素材や仕上げの選択と調整を行なっています」

庭の見どころとなっているのが、一対の巨大な滝根石の錆石だ。「モノから空間を想起するのも杉本の特徴です。石や材木を集めておいて、後からどこへ使おうかと考える。所有するからこそ肌感覚として身に付くものがあると、そばで見ていて思います」

アート・アーキテクチャーだからこそ実現できた、庭を見るための空間を贅沢に取った建築。庭を眺めていると、意識がさまよい、いつどこにいるのか分からない不思議な浮遊感にとらわれる。そうした抽象的な空間体験はアートに通じるものがある。

左／鉄骨造だが、化粧桁を組み、木造のように見せている　右／周囲になじむラフなレッドシダーと銅板葺きの屋根。経年変化で表情が生まれる

取材・文／土田貴宏（デザインジャーナリスト）

New Definition of Design

デザインの新定義

Vol.95

Zanellato/Bortotto

ザネラート／ボルトット

共にベネチア建築大学（IUAV）とスイスのECALで学んだジョルジャ・ザネラートとダニエレ・ボルトットは、2013年にイタリア・トレヴィーゾでデザイン事務所を設立。同年にサローネサテリテ出展。イタリアの地域性や職人技に着目した作品で知られ、最近はその作風をより広げている。（撮影／MauroTittotto）

今年ミラノのデザインギャラリーGalleria Luisa delle Piane で発表された「Zeppelin」シリーズは、テーブルやミラーで構成されている

ルイ・ヴィトンのような著名ブランドからアフリカの難民支援プロジェクトまで、幅広い仕事を手掛けているザネラート／ボルトット。国外で学んだイタリア出身の新世代デザイナーとして、大きな注目を集めつつある。ミラノ・デザイン・ウィークに際して発表した新作の一つに、ユニークなエディション作品「ツェッペリン」があった。

常に実験と実用を両立させる

— ECAL（ローザンヌ州立美術学校）に進学した理由を教えてください。

ベネチア建築大学で学士号を取得した私達は、それまでと違うデザインのアプローチや手法を学びたかったのです。当時、ミラノでECALの展示を何度か見て、とても興味を持っていました。イタリアの教育はデザインの歴史や理論を重視しますが、ECALは非常に実践的。プロの仕事の進め方、リサーチを成果物に着地させること、試作品や写真を使った書類のプレゼンテーションなども習いました。それを著名なデザイナーの指導の下、優れたデザイン企業とのコラボレーションで進めるのです。ただし、ECALでの経験が重要だったのは確かですが、イタリアで学んだデザインが私達のベースであり、両者は補い合う関係にあります。

— 今までで最大の転機は何でしたか。

2013年にサローネサテリテでベネチアの町の文化や歴史にインスピレーションを得たプロダクトシリーズ「Acqua Alta」を発表したこと。そのチャンスを得たことで、偉大な企業のオーナーや、私達を信頼して重要なプロジェクトに招いてくれる人と出会えるようになりました。最初にコラボレーションしたモローゾや、新作を手掛けたルイ・ヴィトンなど、いくつもの最高の体験がありました。これからの道のりも長く、新しいチャレンジを望んでいます。

— 今年4月に発表した「ツェッペリン」のコンセプトを教えてください。

このコレクションは、鮮やかな風船と、重量感のある濃色のコンクリートで構成されています。今にも飛びそうな軽いボリュームと、それをつなぎ留める硬質な塊。そこから形而上的な何かが生まれました。こうしたミックスがつくる緊張感は、不安定なバランスにある非日常的な幾何学形態を連想させます。

— こうしたエディション作品と、メーカー向けの量産品の違いを説明してください。

前者の方が、特定の素材や技術を用いる実験の自由度が高い。しかし私達は、伝統技法や職人技を使って実験を行う企業のプロダクトもいくつもデザインしています。またエディション作品であっても、プロダクトのアプローチを貫きます。つまり実用や機能のためのニーズと実験性を一つにするのです。最終的に完成するものは、単なるアート風のデザインを超えた、機能的なオブジェです。

— 共感するデザイナーを教えてください。

過去の偉大な巨匠から大きな影響を受け、それぞれが異なる形でインスピレーション源になっています。特に憧れるのは、エットレ・ソットサスの思想、アキッレ・カスティリオーニの創意工夫、イームズ夫妻の想像力、アレクサンダー・ジラードの表象性です。

— 現在、注目している素材は何ですか。

1年以上にわたり進行中のルイ・ヴィトンとの仕事で、皮革の織りやそのパターンについて多くの実験を行ってきました。この素材の際限ない特性にとても魅了されています。また一方で、金属の表面を特定の色彩で仕上げる伝統技術の活用にも取り組んでいます。徐々に消え去ろうとしている技術を、家具の世界に取り戻そうと試みているのです。

— 一緒に仕事したいブランドはありますか。

異なる技術や手法、アプローチを求めて、世界中の企業と協働していきたい。卓越した製品をつくり出す情熱的な企業と共に、たくさんの伝統技術や職人技が残る日本は、その好例でしょう。例えば1616/Arita、アルフレックス・ジャパン、無印良品、カリモク、マルニ木工といったブランドです。

— 今後、どんなものをつくりたいですか。

プロダクトデザイナーとしての活動と、職人と共に行うリサーチや実験を、これからも結び付けたいです。現在、私達は「テイキング・ハンズ」という社会実験に深く関わっています。アフリカからの亡命者や難民とデザイナーが一緒に活動するデザインラボで、社会や政治の課題に答えを与えるツールとしてデザインを活用するのです。将来も同様のプロジェクトに関わり続けたいです。

文／米津誠太郎（照明ジャーナリスト）

Lighting in the Space

［明かりのある情景］

" Tolomeo Tavolo (1987) "

designed by >>> Michele De Lucchi, Giancarlo Fassina

イタリア・トリノに2015年に完成したIntesa Sanpaolo銀行の本社ビル「La Spina」は、レンゾ・ピアノが建築設計を行った166mの高層タワー。上層部では開口部から望めるアルプスのパノラマと一体になることができる。内装デザインをミケーレ・デ・ルッキが手掛けている（写真提供／aMDL architetto Michele De Lucchi　撮影／Mario Carrieri）

機能性と軽やかさを備えるデスクランプの名作

「Tolomeo」は過去半世紀において、最も商業的な成功を収めた照明器具だろう。意外にも発売当初はあまり人気がなかったという。その後、異なるサイズ展開や壁付け、クリップ式まで、多用途に適したバリエーションをそろえた一大シリーズとなり、デスクランプのアイコンへと成長したのはなぜだろうか。

理由の一つは、どこに置いても邪魔にならないその姿にあるだろう。現代的なイメージが香るデザインながらも、伝統的なインテリア様式の住宅から近代的なオフィスまで、驚くほど多様な空間に似合う。シンプルでエレガントなシェードに使用されている鈍い光沢を放つマットなアルマイトの表情が、周囲の調和を生んでいる。アルマイトにはステンレスやクロームメッキのような鋭い光沢はない。ややぼんやりとした反射により、柔らかく光を拡散させる。そのため、オフィスで利用されることが多いデスクランプには打って付けなのだ。

もう一つ忘れてならないのは、デスクランプとしての秀逸な機能を備えていることだ。明かりを手元へ引き寄せたり、デスクの片隅へ離したりできるのはもちろんだが、ワイヤーで支えられたキャンチレバー式のアームと、重量感あるしっかりとした台座によって、自在にシェードの位置を変え、固定することができる。デスクトップすれすれにアームを伸ばした状態でシェードを保持できることからも伝わる"軽やかさ"は、他のデスクライトにはない魅力と言えよう。

この製品をGiancarlo Fassinaと共にデザインした、Michele De Lucchiがインテリアデザインを手掛けたIntesa Sanpaolo銀行のヘッドクォーターでも、「トロメオ」が印象的に使われていた。天井から床までの開口部が一面に広がる展望台のようなオフィスにおいて、「トロメオ」の"軽やかさ"は一層際立っている。そのデザインは一見すると澄ましているようでいて、親しみやすさと人間味を兼ね備える。このことが、無機質な空間から伝わってくるのだ。

名作という肩書きや、定番であることにこだわらず、このランプを使ってみてほしい。シェードに添えられたつまみに手を触れ、それを動かそうとする時には、このランプとのダイアローグを感じられるはずだ。

Tolomeo Tavolo（1987）　アームと台座、ジョイントパーツ類は光沢仕上げで、アルマイト仕上げのシェードと程良いコントラストをつくる。現在の光源仕様はLEDに変更されており、アルミ色の他、ブラック、ホワイト、メタルグレーのカラー展開がある（写真提供／Artemide）

デザイナーに衝撃を与えたインプットを探る…

Vol.14

デザインの根っこ

guest : 松尾高弘

実現できないものを自分の糧にする

私は福岡県の南部で育ちました。広い平野で、空がフラットに見えます。特別星が奇麗な場所ではないので、満天の星空が見える日もあれば、ほとんど見えない日もある。「昨日よりはよく見えるな」くらいの緩やかな変化でしたが、その「見え方が変わっていく」ということ自体に惹かれていました。帰り道に夜空を見上げたり、寝る前に窓から眺めたりと、星を見ることは日常の一部になっていたのです。

なんとなく感じていたのは、星空が持つ階調性の素晴らしさ。季節だったり、天気だったり色々なものの影響を受けて日々変わり続けます。星は点光源のようなもので、それぞれが無数の階調性を持って、かつ色温度も全て備えていると言えます。星空以上の照明をつくるのは不可能でしょう。人工照明の場合、調光も、色温度もまだまだ階調が粗いですが、そこに余地が残っているとも言えます。私にとっては毎日変わる星空が当たり前の環境だったので、自身の作品でも自然観や現象性が重要で、変化し続けることを前提とした空間デザインを求めるのだと思います。それは自然への挑戦というよりも、そうなっていないことへの違和感と言った方が近いかもしれません。慣れ親しんでいる星空等の自然観が私にとって創作の基準になっているのです。

演出的でないことも重要で、星空の変化には恣意性がありません。意図や主張がないからこそ飽きが来ないし、空間とも自然に融合できます。

自然の光でいうと、蛍の光も面白い。空間や光と人との関係を考える際、どうインタラクトするかは常に主題になります。その点で蛍は、星と同じように光っているけど、探したくなったり、追いかけたくなったりしますよね。インタラクションデザインでは、「こうしてくれ」という恣意的なデザインになりがちです。見ている側が自らアクションを起こしたくなるようなデザインが必要だと気付かされました。蛍の光はある意味で演出的だけど、蛍からするとただ生きているだけなんですよね。

1 星空

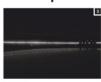
つくり込んだ光の色の世界

演出という点でいうと、ロックバンドColdplayの「Speed of Sound」のPVも衝撃的でした。デジタルカラーライティングの極みで、これ以上の余地はない程完成されています。白黒から始まって、点光源の白い光が棒状になり、色がついて、フルカラーになる。その光を背景に、人物はシルエットになって、暗い中に表情が見える。全ての色を使いながら破綻なく成立していて、起承転結もしっかりしているけど、同時に、あるシーンを切り取っても格好良い。星空とは逆で、完全に演出的です。これぐらいシームレスにあらゆる光を横断してつくり込んでいるのは参考になります。

2 「Speed of Sound」
Coldplay (2005)

少ない要素で描く壮大なスケール

最後が、2014年にパリで見た、オラファー・エリアソンの展示「Contact」です。Rがついた床と、それを水平線のように取り囲むオレンジ色の光。それだけで、見る人の想像次第でどうにでも解釈できる空間をつくっているということに感動しました。他の惑星のようにも、砂漠にも見える。具象でも抽象でもなくて、ここまで要素を削ぎ落として、かつ壮大なスケールを描けているのは他にない。実践しているステージの高さに強い衝撃を受けました。

どれもすぐに実践できないものばかりですが、そこから自分の仕事につながる考えを多く得ているのです。 〈談／文責編集部〉

3 「Contact」
Olafur Eliasson (2014)
(画像提供／松尾高弘)

まつお・たかひろ／1979年福岡県生まれ。九州芸術工科大学大学院芸術工学研究科修了後、ルーセントデザインを設立。映像や照明、インタラクティブアートを駆使した光のインスタレーションを手掛ける。最近の仕事にアートインスタレーション「SOL / LUNA」や「パナソニックミュージアム ものづくりイズム館」(18年7月号)の「ヒストリーウォール」など。

日本商空間デザイン史

鈴木紀慶
編集者、建築ジャーナリスト

1980年以降のインテリアを社会情勢とデザイン思想でひも解く

【第七回】

▶▶ 1980-95 関西 vol.1

「具体美術」の洗礼を受け 80年代の大阪を牽引した「10坪の魔術師」野井成正

当時の出来事

◉ 94年、関西国際空港が開港する
◉ 80～90年代、バブル経済のもと日本各地で地方博ブームが巻き起こる

本連載ではこれまで、関東を中心とした80年代のインテリアデザインを振り返ってきた。80年代、東京で注目度が高かったのは、DCブランドブームへとつながるアパレルビジネスだろう。同様の流れが関西のインテリア業界でもあったのだろうか。東京と大阪のインテリアデザインシーンを比較しながらその違いを見ていこう。触れるのは、関西を中心に活動しているインテリアデザイナー野井成正(しげまさ)。彼が設計を手掛けたバーは、橋本健二や森井良幸など次世代へも影響を与えていく。

"あそびごころ"が感じられる大阪の参加型デザイン

1980年代における大阪のインテリアデザインは、どのような状況だったのだろうか。近藤康夫は、飯島直樹、間宮吉彦との座談会(2015年10月号)で、次のように語っている。

「私が独立したのは31歳(1981年)。その頃は、ちょうどファッションブランドがビジネスとして形になっていった時代です。私がクラマタ事務所に入る少し前に表参道にフロムファーストが出来て、その後、パルコを筆頭に百貨店とは異なるファッションブランドを集積した専門ビルが出来始めます。イッセイミヤケも当時は西武百貨店を皮切りに、大阪、札幌、福岡、京都、名古屋という6大都市にショップをつくっていた。ブランドが大きくなると次第に各県庁所在地に展開していく。それが業界的に定着してDCブランドにつながっていった。だから我々が独立した時期は、一つのブランドと設計契約を結ぶと、全国で年間20件の設計ができた。ファッションブランドの全国展開というビジネスモデルが確立されていった時代ですね」

その頃、「ピーク時には年間300件くらい手掛けていました」という横田凌一(当時は「良一」)の証言もあるが、東京のインテリアデザイナーが全国のファッションブティックを設計していた。それに対して、大阪を拠点に活動する間宮吉彦は、「大阪の状況は(東京とは)まったく違いますね。当時、大阪でファッションブティックの設計をしている事務所はほとんどなかったと思います」と話す。また、「80年代は、大阪のデザイナーにとって大手資本の仕事に縁がなかった一方で、面白い事業をやっているオーナーがたくさんいました。み

左／2014年に出版された『野井成正　あそびごころ』　右／野井氏が設計を手掛けた「レフトアローン」(86年10月号、撮影／山田誠良)

んな店をつくりながら自分達が楽しんでいる感覚で、一般的な内装業者に発注しても彼らの感覚を表現できないから、僕らインテリアデザイナーのところに話がきて、一緒に空間づくりをしていく、そんな流れが出来ていました」と語っている。更に、「デザインという行為を造形だけに限定するのではなく、音楽やファッション、カルチャー、そして街やそこに集う人までも含めて雰囲気づくりをしていこうというスタンスがありました」とも語っている。

間宮が言う「つくりながら自分達が楽しんでいる感覚」というのは、かつて間宮がジーベックにいた頃に代表者だった野井成正の『野井成正 あそびごころ』※1という小さな作品集からも伺うことができる。野井が言う「いちびり精神」※2を後輩にあたる間宮吉彦や森田恭通らも引き継いでいるように感じられる。

「具体」の自由な空気に勇気付けられる

時代をさかのぼり、戦後の話になるが、「インテリアデザイン」という言葉がまだ市民権を得ていなかった1949年、中学生だった倉俣史朗は、「生意気だけでゆく〈アンデパンダン〉展」※3と言って、東京都美術館で開催された第1回の「日本アンデパンダン展」に行っている。そして桑沢デザイン研究所のリビングデザイン科時代に、青山の小原流会館で開催された第1回の「具体美術展」(1955年)を見て、「具体美術の展覧会は衝撃的な出来事であり、現在に繋がる思索へのエポックである」※4と語っている。倉俣の作品の中に、ダダイスムやシュルレアリスム的な影響が感じられるのは、既に当時の現代アートに関心を寄せていたことからも理解できる。

野井成正は倉俣より10歳程若いが、やはり「具体」に影響を受けた一人である。その時の印象を次のように語っている。

「僕自身は"具体"のメンバーではなくて、向井修二という知り合いのお手伝いをさせてもらっていたくらいですが……。ちょうど、僕が20歳前後の頃ですかね。"具体"の代表である吉原治良さん達が、中之島にあった蔵を改造して、"グタイピナコテカ"というギャラリーをつくったんです。大阪でも、特にアヴァンギャルドな人達が発表するギャラリーで、先輩達が何かやっておられること自体に勇気付けられました」※5

時代が大きく変わったことを倉俣も野井も、当時の現代アートの自由な空気から感じ取っていたことが分かる。東京でインテリアデザインを目指した人の多くは、倉俣や北原進、山中玄三郎らのように、百貨店の室内設計部から独立している。しかし、関西ではあまりそのような経路をたどらず、60年代はまだインテリアデザインという言葉が一般化していなかったこともあり、商業空間を専門に手掛ける事務所は少なかったようだ。

だが、野井もアートの自由な表現の楽しさに目覚めた後、「百貨店の催し会場(北海道物産展)をつくる仕事をしていましたね。最後は時間がなく徹夜で朝まで熊のぬいぐるみを運んでいた」と笑いながら話す。そういった展示会やウィンドーディスプレイの仕事を通じてアーティスト、柳原良平と出会い、その人柄と、彼が描く船のイラストレーションに魅せられ、野井はしだいにデザインへの意識を強く持つようになったと言う。

自ら現場で仕上げる人間ありきの空間

野井成正が設計を手掛けた、「川名」(1992年)や「ボンバール江戸堀」(1992年)、「志村や」(2006年)はいずれも木を使ったインスタレーションのアートワークがそのまま小さなバーになったような空間である。これらの作風から近藤康夫は野井を「10坪の魔術師」と称した。野井は、図面に描くには難しいと思える空間は、スケッチしたイメージをもとに自ら現場で仕上げている。それについて、次のように語っている。

「図面で描いて考えたものの上に、現場で出来ることを加えていく。その現場で職人に指示したり、自分の手を動かすことで、当初のプランを上回る空間が出来ていくことが楽しい」※6

野井は、自分が手掛けた空間に足繁く通う。「バーに訪れるお客さんが、どんな風に思われているのか、興味があって。話しかけたりはしないんですけど、ちょっと離れて、チラチラと見たりね。くつろいでいる雰囲気が感じられると、良かったのかなと思ったりして、できれば、直接聞いてみたいですけどね(笑)。空間というのは、やっぱり人間ありき。インテリアのために絵を描く時でも、そこにお客さんの姿を描くと急に変わるんです」※7

それゆえか、クライアントの野井への信頼は絶大なものになっている。

80年代まではファッションでも飲食店でも、クライアントとデザイナーが対等の立場で仕事をしていたが、90年頃を境に「クライアント、デザイン事務所、施工者、全てが組織化していき、組織同士のビジネスライクな付き合い方に変わっていった。(中略)つまりデザイナーよりクライアントの目線が上にある。そうなると、批評が衰退し始め文化が発展しなくなるということです。今、どの街を見渡しても似たような店ばかりでしょ。この10年はオリジナリティーというものが死滅した瞬間でもあると思います」※8と近藤は指摘している。現在、あらゆる分野で批評が衰退しているが、クライアントへの忖度からなのだろうか。

かつて、北岡節男は「"やりたいことがあれば、そちらで勝手にやって"と。デザイナーは御用聞きじゃない」※9とクライアントを突き放した。つまり、クライアントがデザイナーとして自分に依頼してくれたのであれば、任せてほしいと言っていた。それはクライアントとデザイナーとの信頼関係の問題だが、規模が大きくなるとそれが難しくなる。そういう意味で80年代はクライアントとデザイナーの蜜月でもあり、インテリアデザイナーにとっては幸せな時代だったように思える。

野井氏が設計を手掛けた、バー「タンギー」(写真上、91年3月号)とバー「川名」(93年5月号)。木を使用したアートワークが空間に広がる(2点撮影/山田誠良)

※1 『野井成正　あそびごころ』 itohen press(イトヘン・プレス) 2014年
※2 「いちびり」とは近畿地方で使われている方言で、「ふざけはしゃぎまわる」という意味もあるが、人と違う変わったことをしている人を褒める場合にも使われる。
※3、4 『Art Today' 77 見えることの構造 6人の目』展覧会図録　西武美術館　1997年
※5、7 『野井成正の表現—外から内へ／内から外へ』展覧会チラシ 大阪中之島デザインミュージアム de sign de > 2011年
※6 『商店建築』(11年8月号)
※8 『商店建築』(15年10月号)
※9 『商店建築』(11年4月号)

すずき・のりよし／1956年生まれ。編集者、建築ジャーナリスト、大阪芸術大学客員教授。80年武蔵野美術大学建築学科卒業。「インテリア(JAPAN INTERIOR DESIGN)」「icon」編集部を経てフリー。共著に「日本インテリアデザイン史」など。

東京ヤミ市 建築史

マーケットと横丁の起源を歩く 第六回

戦後ヤミ市の構成を引き継いだ飲食店街が広がる、新橋駅前ビル1号館・2号館。
1966年に竣工したこのビルの前身は、
戦後に建てられたマーケット「新生商店街」（通称：狸小路）だ。
新生商店街の土地と建物の特徴を、残された資料から読み解いていく。

文章
石榑督和
（建築史家）

繁華街・新橋に建てられたマーケット「新生商店街」
›› 新橋駅前ビル1号館・2号館

残された新生商店街の記録

現在も新橋駅前ビルの一部区画を所有・管理する吉村商会には、新生商店街（1947年初夏開設、通称：狸小路）を記録した図「吉村商會敷地内家屋配置圖」が今も残されている（図**1**）。この図には作成年が記載されていなかったが、他の資料との比較から1951～52年頃に作成されたものと比定した★1。今回はこの図と共に、吉村商会が1952年に撮影した新生商店街の外観写真（図**2**～**5**）を見ていく。図にはそれぞれの店舗の規模、業種、契約者についての情報が記載され、写真の裏面には1952年時点での契約者について、室名や床面積、契約年、氏名が記載されている。両者の資料を合わせると、1952年頃の新生商店街の状況を克明に捉えることができる。前号よりも更に深く、新生商店街の建物に迫っていこう。

2階建てのモダンなマーケット建築

まずは図**1**を見てみよう。新生商店街の空間構成として興味深いのは、公道沿いの店舗の規模が大きく（1区画が3～5坪）、マーケット内の路地に面した店舗は小さく（1区画が2.25坪もしくは3坪、小さいものでは1.75坪）つくられている点である。また、業種としては裏側の路地に面した店舗は、ほぼ全てが酒を提供する飲食店となっている。公道沿いの店よりも路地に面した店の方が、滞在時間の長い業種といえる。

次に写真を見てみよう。図**2**は新橋駅側から新生商店街を写したもの、図**3**は駅側から

1 吉村商會敷地内家屋配置圖（提供／吉村商会、1951～52年頃）に筆者加筆

路地への入り口、図4は図2の建物を裏側から撮ったもの、図5は新生商店街の真ん中の列を写したものである。それぞれの写真の撮影場所は図1に示した。同時代のヤミ市を起源とする他のマーケットと比較すれば、建物はかなりしっかりつくられており、規模も大きい。

新生商店街の街区外側のイ・ロ・ニ・ホ棟はいずれも2階建てで、1階は建物の外周から店舗にアクセスする構成であり、2階は妻側両方にある階段を中廊下がつなぎ、そこに部屋が並ぶ構成になっている。建物は街区の外側ではファサードをつくって看板建築とし、水平連続窓を持ったモダンな構えだ。戦前期に下町で萌芽した木造の商業建築からの連続性を感じさせるが、これには戦前からの繁華街であった新橋という立地が影響を与えているのであろう。

戦前は東京の場末であった新宿や渋谷に、戦後になって建てられたマーケットのほとんどは長屋形式で、土地にどのように平屋の店舗を並べるかという平面的な計画になっていた。たとえ2階があったとしても1階の連続としてあり、共用廊下を設けて1階とは異なる動線計画をするものは見られない。新宿の「思い出横丁」（19年3、4月号）はまさにそうした事例だ。露店をバラックに置き換えて建設された新宿や渋谷、池袋の仮設的なマーケットに対して、新生商店街は商業建築としての完成度が高い。2階の一部は住宅として賃貸されている区画が複数あり、契約者を確認すると、新生商店街内の飲食店経営者であることが分かる。彼らは新生商店街に住み、新生商店街で商売をして金を稼いでいた。まさにマーケットの中で暮らしていたのである。

一方、大野組がつくったとされる街区内側の建物は全て「飲食店」である。高欄を回した中2階が特徴的だ。ニ・ホ棟の裏側の路地を向いて店舗の入り口が並び、路地の上には電灯が並んで吊られ、雰囲気のある裏路地となっていたことがうかがえる。対してこの建物の裏側の路地には、イ・ロ棟の店舗入り口が並ぶものの、中2階の建物の店舗は裏を向けている。この建物の中2階がどのように使われていたか、盛り場の裏路地の飲食店という立地からはいろいろな推測は浮かぶが、今となっては知ることができない。

2 新橋駅側から見た新生商店街（図1の❷から撮影）。手前の棟1階には右側から居酒屋（4坪）、理髪店（5坪）、とんかつ屋（5坪）、寿司屋（3坪）が並ぶことが分かる。各路地への入り口には「狸小路」と書かれた門が存在した（提供／吉村商会、1952年、以下同様）

3 新橋駅側北端の路地の入り口（図1の❸から撮影）。「狸小路共栄会」と書かれた門、路地奥の店舗の看板がいくつか確認できる。新生商店街の営業者組織名が「狸小路共栄会」であったと考えられる。路地に面して平屋の長屋が立っており、1坪の店が4軒、2坪の店が1軒並ぶ

4 写真2の建物を裏側の路地から見る（図1の❹から撮影）。2階の出窓、外壁の下見板張り、勾配屋根の軒が確認できる。1階には飲食店が並んでいる

5 写真4の向かいの建物を見る（図1の❺から撮影）。この中央の列は3棟の長屋で構成され、手前の2棟は1店舗の区画が3坪、奥の1棟は2.25坪となっている。大半が女性経営者の飲食店である

不法占拠ではない公式な権利関係

さて次に、新生商店街の土地について見てみよう。図1の太い破線は土地所有境界を、グレーの塗られた部分は戦後に吉村商会の吉村剛が取得した土地を示している。吉村商会は買収した土地以外は、戦前からの地主から賃借していた。新宿や池袋の規模の大きなマーケットが、建設時に短期的な土地の利用許可を得ながらも1940年代後半には地主と権利関係で揉め「不法占拠」とみなされていったことと比較すれば、一貫して公式に借地していた新生商店街の状況は特異なものであった。

なぜ図や写真が残されたのか？

配置図が描かれ、外観写真が撮影された1952年頃の新生商店街には、1947年5〜6月からの契約者が何名も確認できる。1952年当時の建物の状況は、新生商店街が建設された1947年初夏から大きくは変わっていなかったはずだ。ではこの時、吉村商会が図面や写真によって建物や土地の状況を確認して、情報を整理したのはなぜだったのか。推測の域を超えないが、大野組が建設した中2階建ての建物が、吉村商会の所有になったことが要因にあるのではないだろうか。今回使用した史料には、当初から吉村商会が建設し管理していた建物については契約年月日が記録されているが、大野組が建設した中2階建ての建物は契約者の氏名のみが記録され、契約年月日は記録されていない。戦後のマーケットが克明に記録された貴重な図・写真資料は、新生商店街建設から5年目に行われた権利関係の変化を要因として、情報の整理が迫られたためにつくられたのではないだろうか。

新橋ならではのマーケット

建築面積1998坪、総2階建てで「復興帝都随一の明るい商店街」と言われた新橋駅西口の「新生マーケット」は、1階には店舗が並び、2階は全て貸事務所になっていたという★2。これはまさに東口の新生商店街の建築形式と共通する点であり、また新宿や渋谷、池袋といった東京の場末のマーケットには見られない特徴である。新橋という立地が、商業建築の形式に大きく影響していたと考えて良いだろう。一方で、戦後の新興のテキヤ組織松田組が建設し、「不法占拠」であった西口の新生マーケットと、吉村商会が公式な権利関係の中でつくっていった新生商店街には、権利関係上大きな差があったことは対照的であった。戦前から都市基盤が整備されていた繁華街・新橋だからこそ、戦後にモダンなマーケットが建てられ、その性質が高度成長期にビル内へと引き継がれていったのである。

★1：1950年の火災保険特殊地図及び、吉村商会所蔵の1952年時点での店子との契約状況を示す書類を用いて比定した。
★2：新生マーケットについては初田香成『都市の戦後』（東京大学出版会、2011年）が詳しい。

CALENDAR

今月のイベント

ロエベ 「インターナショナル クラフト プライズ」
～2019年7月22日
〔東京〕

午前10時～午後7時（金曜のみ午後8時まで） 入場料／無料 会場／草月会館 東京都港区赤坂7丁目2-21 詳細／http://craftprize.loewe.com/ja/home
ロエベ財団が企画をする「インターナショナル クラフト プライズ」。本展では、職人技を現代的に展開した29名のファイナリストの作品が東京・赤坂の草月会館で展示される。同プライズは、伝統を現代的に再解釈した作品を募集、表彰することで、伝統を継続的に現代文化へと受け継ぐことを目的としている。2500以上の応募作品から大賞を選考するのは、ロエベクリエイティブ ディレクターのジョナサン・アンダーソン氏や深澤直人氏、同プライズ2018年度の受賞者ジェニファー・リー氏を含む世界のデザイン、建築、ジャーナリズム、評論、キュレーションの専門家11名で構成される選考委員。会場では大賞受賞者の発表なども行われる。

ブルーインフラがつくる都市 ―東京港湾倉庫論―
2019年7月5日～27日
〔東京〕

午前11時～午後6時 入場料／無料 会場／Re-SOHKO GALLERY 東京都港区港南3丁目4-27 第2東運ビル WAREHOUSE Konan1階 詳細／http://sohko-renovation.com/archives/1226
Logistics Architecture（ロジスティクス・アーキテクチャ）研究会はAIやIoT、ロボット、自動運転などの導入が進む物流が建築と都市を変えていくという問題意識を持ち、建築や都市計画、物流、IT、社会学、地理学の専門家をゲストに招き、物流の進化と建築と都市の変化のベクトルを展望するフォーラムを重ねてきた。本展では、そのゲストの一人である渡邊大志氏（建築家・早稲田大学准教授）と共に、物流が都市と建築を変えていくことが顕著に現れている臨海部を対象にし、「倉庫」をベースに都市と建築の過去、現在、未来の一断面を紹介する。企画／中﨑隆司氏（建築ジャーナリスト&生活環境プロデューサー）

中山英之展 , and then
～2019年8月4日
〔東京〕

午前11時～午後6時 入場料／無料 会場／TOTOギャラリー・間 東京都港区南青山1丁目24-3 TOTO乃木坂ビル3階 休館日／月曜日、祝日 詳細／https://jp.toto.com/gallerma/ex190523/index.htm
建築家・中山英之氏の個展。建築は完成後、住まい手によってどのように使われ、どのような日常が繰り広げられているのか。中山氏は、建築家自身も知ることのできない「建築のそれから／, and then」が重要だと考えている。本展覧会ではギャラリー全体がミニシアターとなり、5人の監督が今回のために撮り下ろした短編映画5作品を上映する。室内だけでなく、取り巻く周囲の環境も含めて、どのような時間が流れているのかをこれらの短編映画を通じて紹介。ロビーに見立てた展示室には、映画のメイキングや、撮影された建築を紹介するためのドローイング、模型なども置かれる。

近代デザインの誕生 ―京都工芸繊維大学 美術工芸資料館 名品展
～2019年8月10日
〔京都〕

午前10時～午後5時 入場料／一般200 大学生150 高校生以下無料 会場／京都工芸繊維大学ML（Museum&Library）連携 美術工芸資料館、附属図書館 京都府京都市左京区松ヶ崎橋上町 休館日／日曜日、祝日 詳細／http://www.museum.kit.ac.jp/20190515.html
20世紀後半以降、意味の拡大が急速に進んだ「デザイン」という語は、現在では幅広い意味で用いられている。19世紀後半にウィリアム・モリスがアーツ・アンド・クラフツ運動を始め、20世紀前半にはヨーロッパでデザイナーという職種が確立した。日本でも世界の新しい芸術思潮の影響を受け、19世紀後半に東京と京都に図案のための教育機関が登場し、20世紀前半にデザイナーが登場する。
京都工芸繊維大学美術工芸資料館が収蔵するのは、1902年の京都高等工芸学校開校時から教材として収集・購入された美術工芸品。初代の教員である浅井忠や武田五一は、世紀末から20世紀初頭のヨーロッパで、教材のためにポスターや工芸品を積極的に買い求めた。今回の展覧会では、収蔵資料の中から日本におけるデザイン黎明期に参考資料、教材として収集され、実際に実習などで活用された資料類を展示する。

オカムラ デザインスペースR 第17回企画展「旅」
2019年7月23日～8月30日
〔東京〕

午前10時～午後5時 入場料／無料 会場／オカムラ ガーデンコートショールーム 東京都千代田区紀尾井町4-1 ニューオータニ・ガーデンコート3階 休館日／日曜日、祝日、8月3日、10日 詳細／https://kenchiku.co.jp/wp/wp-content/uploads/2019/05/evt20190516-4.pdf
オカムラデザインスペースR（ODS-R）は「建築家と建築以外の領域の表現者との協働」を基本コンセプトに、毎年企画展を開催している。一人の建築家を選び、「いま最も関心があって、挑戦してみたい空間・風景の創出」を依頼するが、目指すのは建築家の個展ではなく、他の表現者との「協働」によって初めて可能になる新しい空間・風景づくりである。今年のテーマは「ものづくりの旅」。企画建築家／横河健氏（建築家）＋小松宏誠氏（アーティスト）＋sawako氏（サウンドアーティスト）

MAISON&OBJET PARIS
2019年9月6日～10日
〔パリ〕

午前9時30分～午後7時(最終日は午後6時まで) 詳細／http://www.maison-objet.com/ 問い合わせ／メゾン・エ・オブジェ日本総代理店(デアイ03-3409-9495) メールアドレス／mo-japon@deai-co.com
2018年9月展より「メゾン」と「オブジェ」の二つの軸に沿った新たな配置で全面的なホールの見直しを行い、2019年1月展において更なる改善がされたことで進化し続ける、インテリアデザイン&ライフスタイル、空間デザインの国際展示会メゾン・エ・オブジェ。
次回9月展では、多様化する働き方を背景に「WORK!」をテーマとし、新たなワークスペースやデザイン性を取り入れたソリューションを提案します。このテーマを受けて、最高峰の空間デザインやインテリアデコレーションをスタイル別に発掘するための「メゾン」ゾーンへ、新たなワークスペースに特化したエリア「WORK!」が新設されます。
最高品質のプロダクトがそろう「オブジェ」ゾーンは、小売業者のバイヤーのニーズに合うよう、従来通り七つのカテゴリーに分類されています。「メゾン」「オブジェ」を二つの主軸とし、七つのホールから構成される同展示会は、来場者数8万5000人、約3000ブランドからなる、建築・空間デザイン・インテリアデザイン関係者へ向けられた重要なイベントです。

建築レクチュアシリーズ217
2019年9月13日
〔大阪〕

午後7時～午後8時30分 入場料／1000 会場／グランフロント大阪 ナレッジキャピタル・ナレッジシアター 大阪府大阪市北区大深町3-1 グランフロント大阪北館4階 詳細／https://217.aaf.ac/
大阪を拠点に活動を行う2人の建築家、芦澤竜一氏と平沼孝啓氏が1組のゲスト建築家を招く建築レクチュアシリーズで、今回のゲストスピーカーは、建築家の坂茂氏。※事前申し込み制

Archives: Bauhaus 展
2019年6月28日～9月23日
〔東京〕

午前10時～午後9時 入場料／無料 会場／無印良品 銀座 6階 ATELIER MUJI GINZA Gallery2 東京都中央区銀座3丁目3-5 詳細／https://www.muji.com/jp/ateliermuji/exhibition/g2_190429/
今年はワイマールにバウハウスが創立されてから100年目に当たる。世界政治が混迷を極めた当時、新しい社会の拡張性を目指したバウハウスは1933年に閉校。その活動は14年間という短い期間だが、今なお世界各地に強い影響を与えている。
本展では、デザインにまつわる重要な記録を保存・活用し、未来へ伝達する試みとしてのシリーズ：Archivesにて、モダンデザインの潮流の中で学校教育というユニークな形式で革新を目指したバウハウスを取り上げる。

＊2019年9月号（8/28発売）の情報をお待ちしております。締め切り2019年7月25日。担当・柴崎まで

INFORMATION

お知らせ

■ 参加募集

高山建築学校 2019

開催予定日／2019年8月10日〜20日（8月9日に前泊集合、8月21日後片付け） 内容／ものづくりワークショップ 対象者／年齢・国籍・性別 不問 参加費／1人4万円（食費・材料費・維持費） 講師／吉江庄蔵氏、岡啓輔氏、岡崎浩司氏、ヒスロム氏、夏堀陽一氏 詳細／http://tass20xx.web.fc2.com/
以下、趣旨文より抜粋
建築にかかわらず、実際に作品をつくるということについて深く考えたことがあるでしょうか。実際に作品をつくるのには、自然の力、地域の力、土地の力、時間、労力、お金……など考えるべきさまざまな要因があります。これらの要因を把握しつつ、場をより良くすることができることが建築の力だと考えます。高山建築学校は毎年飛騨高山で夏に開催される10日間のものづくりのサマースクールです。
建築をつくるとはどういうことなのかについて興味のある方、建築の可能性について考えたい方、是非ご参加ください。学生だけでなく一般の方も参加可能です。

■ 作品募集

ウッドワン 空間デザイン施工例コンテスト2019

応募締め切り／2019年7月31日
応募対象／戸建て、マンション、店舗、公共施設の新築・リフォーム・リノベーション ※下記指定のウッドワン商品が一つ以上使用されていること。応募数は無制限だが、複数作品の応募希望者は1作品ごとに登録すること。他コンペにて入選されている作品は応募不可 ※いずれの作品も、2014年7月〜2019年7月までに完成した物件（撮影したもの）に限る 応募資格／応募作品の設計者、または施工者（工務店・住宅会社）。施工者の場合は設計者の了承を必要とする 応募方法／ウェブサイトの応募フォームから登録した上、作品を提出する 審査委員長／伊東豊雄氏 詳細／http://woodone-contest.com
木質建材メーカーのウッドワンが「木のぬくもりを活かした空間」をテーマに、ウッドワンの商品を使用してコーディネートした施工事例作品を募集する。ウッドワン指定商品：無垢の木のキッチン「su:iji」「フレームキッチン」、デザインウォール、無垢の木の洗面台（ユニットタイプ／オープンタイプ）、無垢の木の収納、デザイン階段Light、KITOIRO
以下、趣旨文より抜粋
木のある空間は、戸建てやマンションだけでなく、店舗・公共施設などのさまざまな場所で、自然素材を生かした心地良い開放感や温もりを引き出すことができます。ウッドワンでは、居住空間はもちろん、人の集まる場所に自然の癒やしや温もりを感じることをコンセプトにした、デザイン性の高い空間づくりに最適な商品を取りそろえております。この特徴を最大限に生かした作品を是非ご応募ください。

第20回 JIA環境建築賞

応募登録締め切り／2019年8月1日 作品提出締め切り／2019年8月19日 応募資格／JIA正会員または日本の建築士資格を有する、あるいは海外の相当する資格を有する者で、当該作品の主たる設計者 応募方法／登録した後、所定の応募図書を提出する 詳細／http://www.jia.or.jp/resources/news_files/001/064/0000435/kFso7awn.pdf
日本建築家協会（JIA）が、日本国内における、その年度の優秀な環境建築作品を、一般建築、住宅の二つの部門を設けて募集する。

セントラル硝子 国際建築設計競技

登録・応募締め切り／2019年8月23日 ※日本国内からの送付は当日消印有効。送付のみ受付。持ち込み、バイク便は不可。日本国外からの送付は当日必着 応募方法／事前にウェブサイトより登録した後、提出図面を送付する 審査員／内藤廣氏（審査委員長）、隈研吾氏、亀井忠夫氏、青木淳氏、賀持剛一氏、塚本由晴氏、髙山聡氏 詳細／http://www.cgco.co.jp/kyougi/
セントラル硝子が主催する設計競技で、第54回目となる今年のテーマは「新しい盛り場を生み出す建築」。
以下、趣旨文より抜粋
人の集まりが生み出す「盛り場」には、ネットでは経験できない、実体験の魅力があります。
そこで「盛り場」をどのように想定したのか明示してください。ただし、このコンペは「盛り場」の提案ではなく、「新しい盛り場を生み出す建築」を提案してもらうものです。具体的な形に落として考えてください。「盛り場」の魅力を引き出す新しい建築の提案を期待しています。

第5回 ウッドデザイン賞

応募締め切り／2019年7月31日
応募対象／建築・空間、木製品、取組、技術・研究等、木に関するあらゆるモノ・コト。 応募条件／「原材料調達」「性能・品質・安全性」に対しての取り組みを記載すること。 応募方法／公式ホームページより応募者アカウント作成後、アカウントのマイページから作品登録。当日送信有効。 審査員／赤池学氏、隈研吾氏、鈴木恵千代氏、手塚由比氏 他 詳細／https://www.wooddesign.jp
以下、趣旨文より抜粋
我が国においては、戦後造成した人工林が本格的な利用期を迎えており、適正な森林整備を進めていくためには、国産材の積極的な利用を促進することが重要です。
ウッドデザイン賞は、木の良さや価値を再発見させる製品や取り組みについて、特に優れたものを消費者目線で表彰する顕彰制度です。これによって"木のある豊かな暮らし"が普及・発展し、日々の生活や社会が彩られ、木材利用が進むことを目的としています。
受賞者には、さまざまな広報・PRの場を提供すると共に、生産から消費に関わる人のマッチングを進めていきます。

■ 商店建築フェア情報

アイムホームフェア
コーチャンフォー新川通り店
住所：北海道札幌市北区新川三条18丁目1-1
電話：011-769-2000
開催中

コーチャンフォーミュンヘン大橋店
住所：北海道札幌市豊平区中の島1条13丁目1-1
電話：011-817-4000
開催中

ジュンク堂書店柏モディ店
住所：千葉県柏市柏1丁目2-26 柏モディ
電話：04-7168-0215
開催中

紀伊國屋書店玉川高島屋店
住所：東京都世田谷区玉川3丁目17-1 高島屋ショッピングセンター南館
電話：03-3709-2091
開催中

新栄堂書店パークタワー店
住所：東京都新宿区西新宿3丁目7-1 新宿パークタワービル
電話：03-6302-3322
開催中

STORY STORY
住所：東京都新宿区西新宿1丁目1-3 小田急百貨店新宿店 本館
電話：03-6911-0321
開催中

MARUZEN＆ジュンク堂書店渋谷店
住所：東京都渋谷区道玄坂2丁目24-1 東急百貨店本店
電話：03-5456-2111
開催中

ジュンク堂書店藤沢店
住所：神奈川県藤沢市藤沢559 ビックカメラ藤沢店
電話：0466-52-1211
開催中

BOOKSなかだ掛尾本店 専門書館
住所：富山県富山市掛尾町180-1
電話：076-492-1197
期間：開催中

金沢ビーンズ
住所：石川県金沢市鞍月5丁目158
電話：076-239-4400
開催中

Super KaBoS大桑店
住所：石川県金沢市大桑3丁目176
電話：076-226-1170
開催中

MARUZEN＆ジュンク堂書店新静岡店
住所：静岡県静岡市葵区鷹匠1丁目1-1 新静岡セノバ
電話：054-275-2777
開催中

FROM EDITORS

編集後記

「無印良品 銀座／MUJI HOTEL GINZA」(P.50）では、屋台が並ぶアジアの街並みのような1階売り場や、住空間のような客室が印象的でした。特集「スモールホテル」(P.71）では、京都の路地や通り庭の構成を採り入れた小さなホステルを掲載しました。特集「現代のサロン」(P.127）では、商品を売買するだけでなく、親しい人達や隣人達と「食」や時間を共有することに主眼を置いた人間味ある空間にフォーカスしています。ミラノ・デザイン・ウィーク レポート（P.183）では、有機体のように光るチューブ型の照明器具がインパクトを放っています。巨視的に見れば、これらに共通するのは、「有機的なもの」「生命体」「人間の身体」「人間らしさ」「ヒューマンスケール」といった「生」にまつわる要素です。これが恐らく現代の価値観です。ちなみに、身体スケールに関連して言うと、ビルとビルの間に生じた極細の小道を通り抜けるのが密かな趣味でして、それを街で見つけると、もう通り抜けずにはいられません。
〔塩田〕

ヘアサロン「イマムラ」(P.171）や「ゴートゥデイシェアサロン ステラ店」（19年2月号）にあるように、「面貸し」など空間をシェアする理美容室は、今後も増えていきそうです。また、DJブースになるレセプションカウンターなど、イベントの開催を想定した設計も見られるようになり、空間の多機能化が求められる傾向にあります。昨今、注目度の高い業態であるカフェやホテル、オフィスのように、いかにコミュニケーションを生み出す空間になれるかが問われているようです。ドリンクの提供など越えるべきハードルを明確にすれば、もっと楽しい理美容室が増えていくのではないでしょうか。　〔車田〕

デザインジャーナリスト土田貴宏さんによる長期人気連載「デザインの新定義」（P.227）では、自主プロジェクトに取り組むデザイナーを多く取り上げてきました。今回のZanellato/Bortottoも大手ブランドのクライアントワークと実験的な自主提案を並行する一組。生産性や効率性が先行しがちな高度成長期を終えた現代、日本でも「実験」を許容する余白がますます大切になっていきそうです。すぐに分かりやすい利益にはつながらないかもしれませんが、長い視座を持って社会に提案を投げかけるデザイナー達の挑戦を、これからも紹介していけたらと思います。　〔玉木〕

4月上旬に開催されたミラノ・デザイン・ウィーク（P.183)。市内各所に展開されるフオリサローネは、デザイン関係者だけでなく一般市民の姿も多く見られ、場所によって長蛇の列ができる程、街中がお祭り騒ぎでした。一方、中心地から少し外れたエリアで存在感を示していた展示もあります。イゾラ周辺を会場としたベルギーの若手デザイナーの個展や、「チームバランコ」(P.42）は、環境と作品の素晴らしさが掛け合わさり、印象深い空間となっていました。「チームバランコ」が発表した鋳造工場跡地や教会、宮殿など、普段は入れない歴史的建造物の中を見られることも、デザイン・ウィークの魅力の一つです。　〔伊藤〕

「無印良品 銀座／MUJI HOTEL GINZA」(P.50）では、日本初となる「MUJI HOTEL」に加え、地下1階から地上6階一部に及ぶ「無印良品 銀座」も掲載しています。ショップ部分の設計は、長年無印良品の店舗設計を手掛けているスーパーポテト。ホテルと6階の設計・運営を手掛けるのはUDSです。11フロアという大型店舗ですが、どのフロアも物や機能の本質を捉えた、日常生活に寄り添う演出がされています。ミニマルな空間に配された古材からは、写真では感じ取れない力強さもあります。是非、その迫力を現地で体験してみてください。　〔柴崎〕

先日、広島にある神勝寺を訪ねました。敷地内に立つ茶室「一来亭」は、千利休がかつて京都に建てた茶室の復元で、一畳半台目の極小空間です。空間を照らすには下地窓はか弱く、手で触れた部分にだけ質感が現れるような不思議な体験でした。言うならば、1から100ではなく0から1を知るような感覚で、狭さによって主客の関係が生まれ、暗さによって弱い光の表情に気付くことができます。特集「スモールホテル」(P.71）では日本各地のホステル、ドミトリーを取材しました。小規模であることで生まれるゲスト同士の関係、地域との関係を丁寧に扱った施設を紹介します。小さなホテルの特集から、そこに込められた大きな思いを感じてもらえると幸いです。
〔平田〕

NEXT ISSUE 19年8月号予告

創刊800号 特別企画／「ホテル」で振り返るインテリアデザイン史

「商店建築」は、1956年に創刊してから800号を迎えます。時代を反映したホテルやエポックメイキングだったホテルの空間デザインを通して、1960年代から今日までの商業空間デザイン史を振り返ります。ホテルは、商業空間の「総合芸術」です。

大特集／ブティック&ファッションストア ～マテリアルと色と余白が生み出す物販店

PART1　ブティック
ファッションブランドの世界観を体現するには、どんな空間デザイン戦略が必要なのか。海外ブランドからドメスティックブランドまで、ブティックの最新事例を通してお見せします。

PART2　アクセサリー&バッグ
アクセサリーとバッグに関する最新ショップを取材します。重要なのは、商品にふさわしい華やかさと、ギャラリーのようにゆっくり商品を見られる落ち着きです。

そごう千葉店 パーソナルオーダー（千葉）
設計／松井亮建築都市設計事務所
撮影／ナカサ&パートナーズ

19年8月号は2019年7月26日書店発売です

www.shotenkenchiku.com

Facebook　http://www.facebook.com/shotenkenchiku
twitter　http://twitter.com/shotenkenchiku/
Instagram　https://www.instagram.com/shotenkenchiku/

BACK NUMBER

商店建築　バックナンバーのご案内

定価2,100円（本体1,944円）

6
2019

新作／スターバックスリザーブロースタリー東京、カシヤマダイカンヤマ　**業種特集**／気軽に立ち寄れる飲食空間（カフェ、バー、角打ち）

5
2019

業種特集／ホテル大特集　**特別企画**／地域に泊まり、文化を体験するホテル、ホテル開業プレビュー2019-2020

4
2019

大特集／進化するオフィスデザイン　**業種特集**／いまどきのキッズスクール―保育園、幼稚園、こども園、ウェディングチャペル&バンケット

3
2019

新作／東京會舘 本舘　**特集1**／マテリアル大特集　**特集2**／商業ビルの計画手法

2
2019

業種特集／ヘアサロン、和食店&蕎麦店　**特別企画**／ホテル併設レストラン&バー、自然の気持ちよさを満喫する商空間インテリア

1
2019

新作／とらや赤坂店　**業種特集**／クラフト系ショップ&専門店、クリニック&デンタルクリニック　**特別企画**／どうする、どうなる、商空間?!

12
2018

新作／渋谷ストリーム、ヒルトン大阪　**業種特集**／ホテル大特集、一棟貸し宿泊施設

11
2018

新作／銀座ソニーパーク　**業種特集**／カフェ大特集、ベーカリー&スイーツショップ　**特別企画**／心地よく滞在できるトイレスペースデザイン

10
2018

業種特集／オフィス大特集　**特別企画1**／杉本貴志の商空間デザイン（後編）　**特別企画2**／シーンをつくる音響デザイン

9
2018

業種特集／ファッションストア、肉料理レストラン　**特別企画**／改めて、設計料を考える　杉本貴志の商空間デザイン（前編）

8
2018

業種特集／フードホール、ハイエンドカフェ&カジュアルダイニング　**特別企画**／人を呼び込む"滞在型"複合書店　他

7
2018

業種特集／ベーカリー、寿司店　**特集**／D.I.Y.&コストコントロールデザイン　**レポート**／ミラノ・デザイン・ウィーク2018

6
2018

新作／東京ミッドタウン日比谷、レクサス ミーツ…日比谷　**業種特集**／ホテル

5
2018

業種特集／カフェ&ロースタリー　**特集**／新世代ランドリー&クリーニング店、供養と祈りの空間デザイン

4
2018

新作／シセイドウ・ザ・ストア　**業種特集**／オフィス、各国料理レストラン　**特集**／今こそ海外に飛び出そう！

上記より以前の商品をご希望の方は弊社ホームページ（https://www.shotenkenchiku.com内の「バックナンバー」）からご購入頂くか、販売部（03-3363-5770）までお問い合わせ下さい。

商店建築社発刊
ビジュアル & 実務書
シリーズ

DENTAL SPACE DESIGN

患者のニーズが多様化するにつれ、歯科医院にもさまざまな空間デザインが求められつつあります。本書では、矯正歯科や審美歯科、小児歯科、予防歯科、歯科技工所まで、さまざまな歯科医療空間を40事例収録。駅前のビルインから郊外の戸建てまで、立地ごとに分類して紹介。また、巻頭では院長と設計者の対談「コミュニケーションが切り開くこれからの歯科医院デザイン」を、巻末では「長く愛される歯科医療空間づくりに求められる設計ポイント」について聞いた「デザイナー・インデックス」を掲載。

定価（本体9,000円＋税）
ISBN978-4-7858-0347-6

巻頭記事

コミュニケーションが切り開くこれからの歯科医院デザイン
Case 1　住宅のような居心地の良さを感じる医療空間づくり
Case 2　思い描く未来を引き寄せる「歯のランドマーク」づくり

増刊 GOOD DESIGN HOTEL vol.2

昨年発売し、大好評だった「GOOD DESIGN HOTEL」の第2弾。前号同様、ライフスタイルホテル、旅館、ドミトリーなど特筆すべき空間を持つホテルを30事例紹介し、写真や図面、設計データ、営業データを掲載すると共に、空間コンセプトの紹介記事を通して、具現化までの過程を探っていく。
記事「ホテルの世界観を具現化するアプリケーション・デザイン」では、デザイナーが手掛けたホテルのグラフィックやサイン、アメニティ、グッズなどについて、インタビューを交えながら紹介する。

定価3,500円（本体3,241円）

掲載ホテル

- MUJI HOTEL SHENZHEN
- hotel koe tokyo
- HOTEL LOCUS
- 星野リゾート OMO5 東京大塚
- 9h nine hours Akasaka
- WOOD DESIGN PARK　　他

増刊 good design cafe vol.2

好評頂いた『good design cafe』の第2弾。サードウェーブコーヒーはもちろん、ベーカリーやチョコレートショップ、クラフトビアバーなど、今回も50の空間を掲載し、写真や寸法入り図面、デザインコンセプト、各種データを交えて紹介。巻頭では、自家焙煎を手掛けるカフェのオーナーにインタビュー。現在のスタイルにたどり着くまでのストーリーを探る。

定価2,160円（本体2,000円）

CREATIVE HOTEL & COMMUNICATION SPACE

UDSの手掛けた空間を通して、ハードとソフトを一体化したプロジェクトは、何を意図して具現化が可能かを紹介。

定価（本体4,200円＋税）
ISBN978-4-7858-0345-2

増刊 GOOD DESIGN HOTEL

巻頭記事の他、ホテル事例を30件掲載。空間デザイナーだけでなく、ホテル開業希望者やホテル好きにもおすすめの一冊。

定価3,240円（本体3,000円）

増刊 good design cafe

コーヒースタンドから和カフェまで、50件を掲載。こだわりの一杯を求めて人々が集い、新たなコミュニケーションが生まれる空間はどのようにして生まれるのか。写真や図面を交えながら、オーナーの思いやデザイナーとのやりとりなどを通して、具現化までの過程を探っていく。

定価2,160円（本体2,000円）

コンパクト&コンフォートホテル設計論

快適、機能的、スタイリッシュで、なおかつリーズナブルなビジネスホテルの設計ノウハウとデザイン戦略を紹介。

定価（本体2,667円＋税）
ISBN978-4-7858-0338-4

飲食店の企画プロデュース資料作成と設計チェックリスト

出店に関わるすべての要素を詳説し、企画書のまとめ方とその実例を掲載。

定価（本体3,900円＋税）
ISBN978-4-7858-0343-8

増刊 カフェ開業 パーフェクトマニュアル

カフェの歴史、豆の種類と抽出方法、コンセプトの立て方、メニュー構成、採算計画、立地選定、インテリアデザイン、厨房計画まで、20業態の実例も併せて詳説。カフェ開業を目指す方、すでに開業している方、店舗デザイナー、チェーン店の店舗開発部署、などを対象に、カフェの開業に必要な事項を体系的に網羅し、経営面に役に立つ内容で構成。

定価3,500円（本体3,241円）

スケッチから学ぶ新しい飲食店づくり

飲食店の企画コンセプトについて、120枚のスケッチと図面をもとに、インテリアや厨房のデザインなどを解説。

定価（本体3,714円＋税）
ISBN978-4-7858-0336-0

Commercial Space Lighting vol.3

巻頭特集「香港から見えるライティング・デザイン」では、現地デザイナー三人にインタビュー。世界基準の照明計画などを紹介。

定価（本体3,700円＋税）
ISBN　978-4-7858-0348-3

Commercial Space Lighting vol.2

NEW LIGHT POTTERYの永冨裕幸氏と奈良千寿氏、飛松陶器の飛松弘隆氏にインタビュー。空間にある種の"空気"をもたらすプロダクトを紹介。

定価（本体3,700円＋税）
ISBN978-4-7858-0346-9

Commercial Space Lighting

さまざまな商業空間の事例を挙げながら、商業施設における照明計画および特注照明などを紹介する一冊。

定価（本体4,000円＋税）
ISBN978-4-7858-0344-5

商業建築・店づくり法規マニュアル

建築基準法、消防法を始めとする建築関連法規に加え、大店法、風営法などの営業関連法規を実践的に解説。法規だけでなく、火災報知機や非常用照明設備など防災の観点から必要な設備なども紹介。さらに、興行施設や健康施設などの営業許可に関する法規も収録。設計実務者が手元に置いておきたい一冊。

定価(本体2,857円+税)
ISBN978-4-7858-0142-7

新しい飲食店づくりAtoZ

これからの店舗デザイナーを志す人のための入門書。平面計画、厨房計画、コストプランニングなど詳説。

定価(本体3,714円+税)
ISBN978-4-7858-0332-2

店舗設計製図講座

初心者を対象に、製図と設計の実務について書き記した入門書。巻末には専門用語、現場用語集も収録。

定価(本体3,200円+税)
ISBN978-4-7858-0318-6

新・店舗のディテール① “集い”のディテール

飲食店の基本である人々が集まり楽しむカウンターとテーブルをテーマに、写真と平面図、展開図、断面図を収録。

定価(本体3,524円+税)
ISBN978-4-7858-0327-8

新・店舗のディテール② “光る”ディテール

光床・光壁・光天井、照明を内蔵した家具・造作をテーマに、写真と平面図、展開図、断面図を収録。

定価(本体3,714円+税)
ISBN978-4-7858-0330-8

和ダイニング&日本料理店

日本人の琴線に触れる“癒しの空間”を創出した新時代のジャパニーズレストラン&ダイニングバー59店を紹介。特に日本料理店では、創作料理居酒屋、串かつ専門店、炭火焼レストラン、とんかつ、豆腐料理店と幅広く掲載。

定価(本体3,000円+税)
ISBN978-4-7858-0144-1

和の表情

現代和風デザインのかたち“和”を表現するエレメントを写真で紹介。形態や素材など、8つのテーマで構成。

定価(本体3,000円+税)
ISBN978-4-7858-0138-0

和の表情　其の弐

好評「和の表情」の第2弾。“和”を表現するエレメントを7つのテーマに分けて写真で紹介するスタイルブック。

定価(本体3,000円+税)
ISBN978-4-7858-0309-4

Clinic & Office

クリニックやオフィスのインテリア環境が大きく変わろうとしている。クリニックにあっては「待合い時の不安解消」「プライバシーの確保と開放感」が、またオフィスでは「快適な執務空間づくり」「スタッフ動線の効率化とゆとり」が求められている。こうしたニーズに対応する“デザイナーズ・クリニック&オフィス”51例を紹介。

定価(本体3,200円+税)
ISBN978-4-7858-0319-3

和食料理店&居酒屋

懐石料理、割烹、和ダイニングから居酒屋、寿司、鉄板焼きまで58店を掲載。

定価(本体3,200円+税)
ISBN978-4-7858-0320-9

焼き肉&各国料理レストラン

焼肉店を中心に、中国料理店、アジアンエスニックレストラン67店を紹介。また、仕上げ材料など設計実務に役立つ資料も収録。

定価(本体4,000円+税)
ISBN978-4-7858-0267-7

Clinic & Pharmacy Design

デザイナーと開業医による開業ストーリーや、図面から読み解く設計コンセプトなどを紹介。

定価(本体4,200円+税)
ISBN978-4-7858-0342-1

Dental Clinic Design

都心の矯正歯科から、郊外の小児歯科まで、デザインコンシャスな歯科医院を40例収録。

定価(本体7,000円+税)
ISBN978-4-7858-0337-7

カフェダイニング

都会のオアシス、コーヒー+アルファが楽しめる空間62店の空間デザインを紹介。

定価(本体3,000円+税)
ISBN978-4-7858-0310-0

美容室&エステサロン

美容室やエステサロンなど、“美”への変身をアシストする空間61店を、設計データ、営業データなどとともに収録。

定価(本体3,000円+税)
ISBN978-4-7858-0139-7

HAIR SALON DESIGN

理美容室を30件、ヘアサロンに付帯することの多いエステやネイルサロンを5件紹介。また、デザイナーとスタイリストが語る「開業ストーリー」などのインタビュー記事を始め、必ず押さえておきたい設計ポイントやトラブル回避テクニックを紹介する「設計講座」、セットミラーやシャンプースペースの「ディテール図面集」などを掲載。

定価(本体3,524円+税)
ISBN978-4-7858-0341-4

FAÇADE Vol.1

ここ数年、非日常を感じさせる装飾性に富んだファサードデザインが減少する一方、機能的かつシンプルでありながら、人を惹きつけるファサードデザインが増加している。
本書では、飲食店、ブティック、商業ビルなどさまざまな業態を、デジタル、グラフィック、グリーンなど特徴ごとに分類しながら、写真や図面を交えて紹介。

定価(本体3,200円+税)
ISBN 978-4-7858-0339-1

店舗ファサード&外装

都市を構成する大きな要素であるショップの店構え。飲食店、物販店、サービス施設のファサード300例以上紹介。

定価(本体3,000円+税)
ISBN978-4-7858-0302-5

ショップサインズ

サインデザインのためのスタイルブック。約580例のショップサインを掲載。

定価(本体3,000円+税)
ISBN978-4-7858-0147-2

ヨーロピアンショップファサード

パリ・ミラノ・ベルリン・コペンハーゲンのショップファサードを約700枚の写真で紹介。

定価（本体3,905円＋税）
ISBN978-4-7858-0334-6

ショップライティング

優れた照明デザインのショップ27業種78店について、デザインの意図、光源や材料仕様などデータとともに紹介。

定価（本体3,000円＋税）
ISBN978-4-7858-0143-4

コンパクトショップ

7.85㎡～40㎡未満の小規模店35業種71店の工夫されたデザインを、設計データ、営業データなどの資料とともに紹介。

定価（本体3,000円＋税）
ISBN978-4-7858-0141-0

コンパクトショップ2

小規模スペースを有効活用するためのアイデアが詰まった15～50㎡までのショップを紹介。

定価（本体3,000円＋税）
ISBN978-4-7858-0306-3

World Grand Hotels

グランドホテルから、新たなカルチャーを発信するデザインコンシャスなホテルまで、11都市30件のホテルを掲載。

定価（本体3,905円＋税）
ISBN978-4-7858-0325-4

アメリカンショップファサード

ニューヨーク、マイアミ、フィラデルフィアなどから、飲食店、ブティックなど700点余りを収録。

定価（本体3,524円＋税）
ISBN 978-4-7858-0324-7

WORLD SHOP STYLE .com

ヨーロッパ、アメリカの主要都市、最新飲食店・ホテルを39件収録し、店舗デザインの新潮流を探る一冊。

定価（本体3,524円＋税）
ISBN978-4-7858-0340-7

World Hyper Interior vol.1

ヨーロッパ、アメリカ、オーストラリア、東南アジアのレストラン、カフェ、バーなどの最新ショップ40件収録。

定価（本体3,200円＋税）
ISBN978-4-7858-0317-9

World Hyper Interior vol.2

世界34の都市から飲食店35件、ブティックなど物販店10件収録。解説文は和文、英文にて表記。平面図も併載。

定価（本体3,200円＋税）
ISBN978-4-7858-0322-3

World Hyper Interior vol.3

14カ国37の都市から、カフェ、レストランなどの飲食店の他、ホテル、ショールーム、オフィスなども取り上げる。

定価（本体3,524円＋税）
ISBN978-4-7858-0323-0

アジアンダイニング

定価（本体3,000円＋税）
ISBN978-4-7858-0300-1

アプローチ＆エントランス

定価（本体3,000円＋税）
ISBN978-4-7858-0301-8

飲食店のキッチン計画 チェックポイント〈改訂版〉

定価（本体3,495円＋税）
ISBN978-4-7858-0305-6

カフェレストラン

定価（本体3,000円＋税）
ISBN978-4-7858-0133-5

建築家のインテリアデザイン

定価（本体3,524円＋税）
ISBN978-4-7858-0321-6

ショップファサード

定価（本体4,000円＋税）
ISBN978-4-7858-0266-0

ショップライティングガイドブック

定価（本体3,200円＋税）
ISBN978-4-7858-0316-2

スキップステップスロープ

定価（本体3,000円＋税）
ISBN978-4-7858-0311-7

転用 装飾 再生

定価（本体3,000円＋税）
ISBN978-4-7858-0148-9

透明素材／透光素材

定価（本体3,200円＋税）
ISBN978-4-7858-0313-1

美容室＆エステスパ

定価（本体3,200円＋税）
ISBN978-4-7858-0315-5

美容室＆ブティック

定価（本体4,952円＋税）
ISBN978-4-7858-0259-2

ファサード＆サイン

定価（本体3,524円＋税）
ISBN978-4-7858-0326-1

レストラン＆バー

定価（本体3,200円＋税）
ISBN978-4-7858-0314-8

店舗のディテール

基準寸法と計画の方法を解説した店づくりのための参考資料。

店舗のディテール①
飲食店の家具・造作 品切れ
定価（本体3,500円＋税）
ISBN978-4-7858-0160-1

店舗のディテール②
専門料理店の家具・造作
定価（本体3,500円＋税）
ISBN978-4-7858-0161-8

店舗のディテール③
物販店の展示・収納什器
定価（本体3,600円＋税）
ISBN978-4-7858-0162-5

店舗のディテール④
モダン和風
定価（本体3,689円＋税）
ISBN978-4-7858-0163-2

店舗のディテール⑤
各種カウンター 品切れ
定価（本体3,882円＋税）
ISBN978-4-7858-0164-9

店舗のディテール⑥
照明・陳列什器 品切れ
定価（本体3,786円＋税）
ISBN978-4-7858-0165-6

DESIGNER'S SHOWCASE

日本を代表する空間デザイナーの仕事を一冊にまとめた作品集。

vol.01
Yukio Hashimoto 橋本夕紀夫 品切れ
定価（本体3,905円＋税）
ISBN978-4-7858-0328-5

vol.02
Ryu Kosaka 小坂 竜 品切れ
定価（本体3,905円＋税）
ISBN978-4-7858-0329-2

vol.03
Akihito Fumita 文田昭仁
定価（本体3,905円＋税）
ISBN978-4-7858-0331-5

vol.04
Koji Kakitani 柿谷耕司
定価（本体3,905円＋税）
ISBN978-4-7858-0333-9

vol.05
Yusaku Kaneshiro 兼城祐作
定価（本体3,905円＋税）
ISBN978-4-7858-0335-3

商店建築webサイト

https://www.shotenkenchiku.com

商品をご希望の方は、弊社ホームページ内の「書籍・増刊号」からご購入いただくか、販売部（03-3363-5770）までお問い合わせください。

I'm home.

BIMONTHLY MAGAZINE, 2019 SEPTEMBER no.101

I'm home.のホームページで購入の申し込みができます。 URL=http://www.imhome-style.com

2019.7.16 on sale 定価1,860円 本体1,722円 A4変型判

SPECIAL ARTICLE
HOME & OFFICE STYLE
職住一体という選択

01 Yokobori Residence／横堀建築設計事務所
02 K Residence／直井建築設計事務所
03 Pellegrino Residence／Kazue Pellegrino
04 N Residence／CO2WORKS一級建築士事務所

併用住宅にかかわる"建物の計画"と"お金"

PRODUCTS

RENOVATION REPORT
"暮らすように働く"デザイナーがかなえた理想のオフィス

EXCLUSIVE HOME RENOVATION
リノベーションによる 建築とインテリア、暮らしの調和

01 De Cock Residence／Marc Merckx
02 H Residence／井上洋介建築研究所
03 N Residence／I'm home.
04 Fujikawa Residence／YLANG YLANG

RENOVATION FOR NEXT
これからの中古マンション市場

HOME LIKE STUDIO
写真家が過ごす、光と緑に包まれた"リトリート"
J RESIDENCE／彦根建築設計事務所 彦根アンドレア

MILAN DESIGN WEEK 2019

FOCUS ON
ARMANI / CASA

CLOSE-UP
五十崎社中

連載
MAKING OF HOME 建築家とゼロからつくる住まい

連載
VIEWS OF THE WORLD
現代まで受け継がれる先住民の手仕事

連載
ARCHITECT FILE
横堀建築設計事務所／横堀健一 コマタトモコ

バックナンバー Backnumber

定価1,860円（本体1,722円）

no.100 JULY
美しいキッチンの秘密／9人のデザイナーに聞く、住まいの在り方

no.99 MAY
贅沢な庭、豊かな暮らし／個性を磨く子ども部屋

no.98 MARCH
美しい住まいには美しい"窓"がある／パリのアパートメント

no.97 JANUARY
年を経ても暮らせる心地良い住まい／上質な眠りへと誘うベッドルーム

no.96 NOVEMBER
植物を楽しむインテリア／空間を立体的につなぐ高低差のある住まい

no.95 SEPTEMBER
空間のグレードを高めるリノベーション／二世帯住宅で心地良く暮らす

no.94 JULY
住まいのステージとなる上質なキッチン／アートを楽しむ住まい

no.93 MAY
庭が暮らしにもたらす豊かな時間／自然を取り込むバスルームデザイン

no.92 MARCH
職住一体の住まいで自分らしく暮らす／美しく機能的な収納づくり

no.91 JANUARY
美しい明かりに包まれた住まい／オーナーの個性を映し出したカフェ併用住宅

no.90 NOVEMBER
上質な暮らしをかなえる／猫と暮らす、犬と暮らす快適で美しい住まい

no.89 SEPTEMBER
"自分でつくる"オリジナルな住まい

※上記より以前の商品をご希望の方は弊社ホームページからご購入いただくか、販売部（03-3363-5770）までお問い合わせください。

定期購読のご案内

便利でお得な定期購読をぜひご利用ください!!

メリット.1 日本全国送料無料で毎号お届けします
ゆうメールで発送、指定のポストに投函します。

メリット.2 人気特集や注目新作掲載号の買い逃しなし
近くに書店がない場合や、忙しくて書店に行く時間がない場合でも安心です。

メリット.3 購読中のプリント版と同じ号のデジタル版(Zinio提供)が無料で読み放題
どこにでも何冊でも持ち運べるデジタル版は打ち合わせや出張にも役立ちます。

※当社に定期購読をお申し込みされた会員様限定のサービスです。

商店建築

毎月28日発売
1年12冊　25,200円(税込)

I'm home.

奇数月16日発売
1年コース(6冊+1冊プレゼント)
11,160円(税込)
2年コース(12冊+3冊プレゼント)
22,320円(税込)

〈お申し込み方法〉

1. 商店建築Webサイトで	2. FAXで	3. メールで
https://shotenkenchiku.com	03-3363-5792	salesdpt@shotenkenchiku.com
「定期購読」から希望する雑誌を選択 お支払いはクレジットカード・コンビニ・振り込みから選べます。	**下の記入欄に必要事項を記入して送信** 折り返しご請求書を郵送いたします。	**下の記入欄と同じ必要事項を記入して送信** ご請求書のPDFを添付して返信いたします。

通常発売日より1〜3日程度でお届けします。お支払い後のキャンセルおよび購読の途中解約は承ることが出来ません。
個人情報の取り扱い｜弊社に提供された個人情報は、弊社のプライバシーポリシーに基づき厳重に管理し、この目的以外で許可なく第三者への提供は致しません。

〈FAX用お申し込み欄〉 ※デジタル版無料閲覧サービスのご利用にはメールアドレスの登録が必要です。

ご希望の雑誌に○を付けてください▶　商店建築　・　I'm home.(1年コース)　・　I'm home.(2年コース)	
フリガナ お名前	性別　男性　女性
フリガナ 会社名	部署名
ご住所　〒	都道府県
TEL	E-mail※

FAX送信:**03-3363-5792**　番号のお掛け間違いにご注意ください。

問い合わせ先(配送未着・住所変更・その他)
㈱商店建築社　定期購読係　TEL:03-3363-5910(平日10:00〜18:00)　E-mail:salesdpt@shotenkenchiku.com

商店建築バックナンバー・書籍取扱店

※在庫の詳細につきましては、
各書店に直接お問い合わせください。

北海道・東北地方

【北海道】

旭川市	コーチャンフォー旭川店	0166-76-4000
	ジュンク堂書店旭川店★	0166-26-1120
釧路市	コーチャンフォー釧路店	0154-46-7777
札幌市	紀伊國屋書店札幌本店★	011-231-2131
	三省堂書店札幌店※	011-209-5600
	コーチャンフォー新川通り店★	011-769-4000
	コーチャンフォーミュンヘン大橋店★	011-817-4000
	MARUZEN&ジュンク堂書店札幌店★	011-223-1911
千歳市	文教堂千歳店	0123-27-4600
函館市	函館 蔦屋書店★	0138-47-3771

【岩手県】

北上市	東山堂北上店	0197-61-0666
盛岡市	ジュンク堂書店盛岡店★	019-601-6161
奥州市	松田書店本店	0197-23-2532

【宮城県】

仙台市	ジュンク堂書店仙台TR店★	022-265-5656
	蔦屋書店仙台泉店★	022-772-2011
	八文字屋書店泉店	022-371-1988
	丸善仙台アエル店★	022-264-0151

【山形県】

山形市	こまつ書店寿町本店	023-641-0641

【福島県】

郡山市	ジュンク堂書店郡山店	024-927-0440

関東地方

【茨城県】

ひたちなか市	蔦屋書店ひたちなか店	029-265-2300

【栃木県】

宇都宮市	喜久屋書店宇都宮店★	028-614-5222
佐野市	宮脇書店佐野店	0283-24-9007

【群馬県】

太田市	ブックマンズアカデミー太田店★	0276-40-1900
高崎市	ブックマンズアカデミー高崎店★	027-370-6166
前橋市	煥乎堂前橋本店	027-235-8111
	ブックマンズアカデミー前橋店★	027-280-3322

【埼玉県】

久喜市	蔦屋書店フォレオ菖蒲店★	0480-87-0800
さいたま市	ジュンク堂書店大宮高島屋店★	048-640-3111

【千葉県】

市川市	ときわ書房本八幡	047-336-3354
印西市	宮脇書店印西牧の原店	0476-40-6325
茂原市	文教堂茂原店	0475-20-4721
習志野市	丸善津田沼店※	047-470-8311

【東京都】

千代田区	三省堂書店神保町本店★	03-3233-3312
	丸善丸の内本店★	03-5288-8881
中央区	銀座蔦屋書店★	03-3575-7755
	丸善日本橋店★	03-6214-2001
	八重洲ブックセンター本店★	03-3281-1811
新宿区	紀伊國屋書店新宿本店★	03-3354-5704
	ブックファースト新宿店★	03-5339-7611
目黒区	中目黒蔦屋書店※	03-6303-0940
世田谷区	二子玉川 蔦屋家電★	03-5491-8550
渋谷区	青山ブックセンター本店★	03-5485-5511
	代官山 蔦屋書店★	03-3770-2525
	MARUZEN&ジュンク堂書店渋谷店★	03-5456-2111
中野区	ブックファースト中野店★	03-3319-5161
豊島区	三省堂書店池袋本店★	03-6864-8900
	ジュンク堂書店池袋本店★	03-5956-6111
立川市	ジュンク堂書店立川高島屋店★	042-512-9910
	オリオン書房ノルテ店	042-522-1231
武蔵野市	ジュンク堂書店吉祥寺店★	0422-28-5333
多摩市	丸善多摩センター店★	042-355-3220
稲城市	コーチャンフォー若葉台店★	042-350-2800

【神奈川県】

川崎市	丸善ラゾーナ川崎店★	044-520-1869
相模原市	ACADEMIAくまざわ書店橋本店	042-700-7020
藤沢市	ジュンク堂書店藤沢店★	0466-52-1211
	湘南 蔦屋書店※	0466-31-1510
横浜市	紀伊國屋書店横浜店	045-450-5901
	有隣堂伊勢佐木町本店	045-261-1231

中部地方

【新潟県】

三条市	知遊堂三条店	0256-36-7171
新発田市	コメリ書房新発田店	0254-20-1011
新潟市	ジュンク堂書店新潟店	025-374-4411
	知遊堂亀貝店	025-211-1858

【富山県】

富山市	紀伊國屋書店富山店★	076-491-7031
	ブックスなかだ本店★	076-492-1192
	文苑堂書店富山豊田店	076-433-8150
	明文堂書店富山新庄経堂店	076-494-3530
	文苑堂書店藤の木店	076-422-0155
氷見市	明文堂書店高岡氷見店	0766-91-8881

【石川県】

金沢市	勝木書店Super KaBoS大桑店★	076-226-1170
	文苑堂書店示野本店	076-267-7007
	明文堂書店金沢ビーンズ★	076-239-4400
	森井書店	076-221-0573

【山梨県】

甲府市	ジュンク堂書店岡島甲府店★	055-231-0606

【長野県】

長野市	平安堂長野店★	026-224-4545
松本市	丸善松本店★	0263-31-8171

【岐阜県】

各務原市	カルコス各務原店	058-389-7500
岐阜市	カルコス本店	058-294-7500
	丸善岐阜店★	058-297-7008

【静岡県】

静岡市	戸田書店静岡本店★	054-205-6111
	MARUZEN&ジュンク堂書店新静岡店★	054-275-2777
浜松市	谷島屋浜松本店★	053-457-4165
	谷島屋イオンモール浜松志都呂店※	053-415-1341

【愛知県】

一宮市	宮脇書店尾西店	0586-47-7111
小牧市	カルコス小牧店	0568-77-7511
名古屋市	三省堂書店名古屋本店★	052-566-6801
	ジュンク堂書店名古屋店★	052-589-6321
	ジュンク堂書店名古屋栄店★	052-212-5360
	ジュンク堂書店ロフト名古屋店★	052-249-5592
	丸善名古屋本店★	052-238-0320
	らくだ書店本店	052-731-7161

近畿地方

【三重県】

四日市市	丸善四日市店	059-359-2340

【滋賀県】

甲賀市	ハイパーブックス水口店	0748-65-1220
長浜市	ハイパーブックス長浜店	0749-65-0001
彦根市	ハイパーブックス彦根店	0749-30-5151
東近江市	ハイパーブックス八日市店	0748-20-4550
草津市	ハイパーブックス駒井沢店	077-568-0111
	ハイパーブックスかがやき通り店	077-566-0077

【京都府】

京都市	大垣書店イオンモールKYOTO店※	075-692-3331
	ジュンク堂書店京都店※	075-252-0101
	ふたば書房御池ゼスト店※	075-253-3151
	丸善京都本店★	075-253-1599

【大阪府】

茨木市	HYPER BOOKS GODA	072-640-0907
大阪市	梅田 蔦屋書店※	06-4799-1800
	紀伊國屋書店梅田本店★	06-6372-5821
	ジュンク堂書店大阪本店★	06-4799-1090
	ジュンク堂書店近鉄あべのハルカス店	06-6626-2151
	ジュンク堂書店天満橋店★	06-6920-3730
	ジュンク堂書店難波店★	06-4396-4771
	MARUZEN&ジュンク堂書店梅田店★	06-6292-7383
	柳々堂★	06-6443-0167
守口市	未来屋書店大日店	06-6900-6030
八尾市	丸善八尾アリオ店※	072-990-0291

【兵庫県】

神戸市	ジュンク堂書店三宮駅前店	0078-252-0777
	ジュンク堂書店三宮店★	078-392-1001
	喜久屋書店北神戸店	078-983-3755
西宮市	ジュンク堂書店西宮店★	0798-68-6300
	ブックファースト西宮ガーデンズ店★	0798-62-6103
姫路市	ジュンク堂書店姫路店	079-221-8280

【奈良県】

橿原市	喜久屋書店橿原店	0744-20-3151
大和郡山市	喜久屋書店大和郡山店	0743-55-2200

【和歌山県】

和歌山市	TSUTAYA WAYガーデンパーク和歌山店	073-480-5900
	宮脇書店ロイネット和歌山店	073-402-1472

中国・四国地方

【鳥取県】

米子市	本の学校 今井ブックセンター※	0859-31-5000

【島根県】

出雲市	今井書店出雲店	0853-22-8181

【岡山県】

岡山市	丸善岡山シンフォニービル店★	086-233-4640
	宮脇書店岡山本店	086-242-2188
倉敷市	喜久屋書店倉敷店	086-430-5450

【広島県】

広島市	ジュンク堂書店広島駅前店	082-568-3000
	生活彩家 広島市立大学店	082-848-3413
	フタバ図書アルティアルパーク北棟店	082-270-5730
	フタバ図書MEGA中筋店	082-830-0601
	丸善広島店★	082-504-6210
福山市	啓文社ポートプラザ店	084-971-1211

【徳島県】

板野郡	附家書店松茂店	088-683-4721

【香川県】

高松市	宮脇書店本店★	087-851-3733

【愛媛県】

松山市	ジュンク堂書店松山店※	089-915-0075
新居浜市	宮脇書店新居浜本店	0897-31-0586
高知市	高知 蔦屋書店※	088-882-5544

九州・沖縄地方

【福岡県】

糟屋郡	フタバ図書TERA福岡東店	092-939-7200
福岡市	ジュンク堂書店福岡店★	092-738-3322
	丸善博多店★	092-413-5401
	六本松蔦屋書店※	092-731-7760
北九州市	ブックセンタークエスト小倉本店★	093-522-3912
	喜久屋書店小倉店	093-514-1400

【大分県】

大分市	ジュンク堂書店大分店※	097-536-8181

【宮崎県】

都城市	田中書店川東店	0986-46-2322

【鹿児島県】

鹿児島市	ジュンク堂書店鹿児島店★	099-216-8838
	ブックスミスミオプシアミスミ店★	099-813-7012

【沖縄県】

うるま市	宮脇書店うるま店	098-989-3395
北谷町	宮脇書店北谷店	098-921-7663
那覇市	ジュンク堂書店那覇店★	098-860-7175

★……書籍・雑誌バックナンバー取扱店
※……雑誌バックナンバー取扱店
無印……書籍取扱店

植物と共にある空間デザイン

好評発売中

ショップ、レストラン&カフェ、オープンスペース、オフィス、ホテル……グリーンを効果的に取り入れた空間設計を豊富なデータと共に紹介します。

購入方法	ご注文書タイトル　GREEN is		ご注文数　冊
〈商店建築社WEBサイトからご注文〉 https://www.shotenkenchiku.com 〈FAXによるご注文〉 商店建築社 販売部…………03-3363-5792 (番号のお掛け間違いにご注意ください) 右の注文欄にご記入のうえ、このページをFAXにて送信して下さい。代金のほかに送料・代引き手数料が掛かります。 〈書店にてご注文〉 右の注文欄にご記入のうえ、お近くの書店にお渡し下さい。	会社名 お名前 ご住所　〒 電話番号		取り扱い書店・番線印

※いずれの場合にも、ご注文のキャンセルや返品はできません。また離島の一部は発送ができませんので予めご了承下さい。　問い合わせ/商店建築社 販売部　TEL 03-3363-5770

バックナンバーのお知らせ

※当社のホームページ(www.shotenkenchiku.com)で内容の検索、購入ができます。

商店建築

A4判 定価(本体1,944円＋税)

ホテル、オフィス、カフェ、レストラン、クリニックなど、あらゆる分野の商業施設、
飲食店やサービス業・小売店の個別ショップデザインを網羅。
ショップデザイナーのみならず、ショップのつくり手やオーナーなど、
全員にとっての有益な最新情報が満載です！

株式会社 商店建築社
〒160-0023 東京都新宿区西新宿 7-5-3 斉藤ビル4F
TEL.03-3363-5770 FAX.03-3363-5792

開放感と高断熱を両立した大開口スライディング窓

YKK APは、圧倒的な眺望をかなえる木造建築物用窓「APW 511」大開口スライディングを発売した。窓種は、片引き窓、両袖片引き窓、FIX窓の3種を設定（写真は片引き窓とFIX窓の組み合わせ）。両袖片引き窓の場合、製作最大サイズが幅4000×高さ2730㎜、あるいは幅5500×高さ2000㎜まで可能となった。アルミ樹脂複合構造のフレームに、対応するガラスは、Low-E複層ガラスに加え、トリプルガラスを設定し、一棟内で樹脂窓と併せて使用することで高い断熱性能を発揮する。フレームは意匠性の高い内外木目仕様もそろえる。

YKK AP
URL◎https://www.ykkap.co.jp　電話◎0120-72-4134
〔資料請求番号901〕

「Sumiko Honda 2019」新作コレクション発売

川島織物セルコンでは、最高級ファブリックブランド「Sumiko Honda」の新作コレクション「日差し あふれて」を発売した。同ブランドは、“日本の四季を愛でること”を基本コンセプトに四季の移ろいや自然の情景を表現した新作を発表し続け、特にホテルや介護施設などでの採用が増えている。新作は、初夏に向けて鮮やかな群れとなり咲くツツジやヤマボウシの花々をボーダー状の大らかな流れで表現。ファブリックの暖かさや自由さを感じられるコレクションとなっている。

川島織物セルコン
URL◎http://www.kawashimaselkon.co.jp/
電話◎(03) 5144-3980
〔資料請求番号902〕

壁面に陰翳を生み出す木製パネル材

パネルラボ.com（販売元：新日中商事）の「Wood Clad」は、300×20㎜の木片をアシンメトリーに配置したパネル材。隣り合う木片に高低差を出し、壁面に陰影を生み出す。パネル形状のため、施工性に優れている。染料を用いず炭化処理を施すことによって、天然木の自然な色味を残しつつ趣深い色合いに仕上げた。カラーは写真のコーディアルアンバーのほかに7色を用意。それぞれに異なる樹種を使用し、空間に合わせたセレクトができる。サイズ：150×700×t10～20㎜。設計価格：30,000円／㎡。

パネルラボ.com
URL◎https://panellabo.com　電話◎0120-34-7287
〔資料請求番号903〕

美しさと豪華さを持ち合わせたペンダント照明

コイズミ照明は、インテリアとの調和を考えたシリーズ「INTERIOR×LIGHT」の新しいペンダント照明「el-glass（エルガラス）」を発売した。くびれを施したドレスのような裾広がりのフォルムで、美しさと豪華さを持ち合わせたエレガントな雰囲気を醸し出す。ガラスは2色を用意。点灯時にはきらめき感を、消灯時には表面の凹凸模様が点灯時とは異なる優美な表情をつくり出す。サイズ：φ113×d263×ℓ600～1300㎜、価格：32,000円～。

コイズミ照明
URL◎https://www.koizumi-lt.co.jp/
電話◎0570-05-5123
〔資料請求番号904〕

手すき和紙の障子が美しいキャビネット

TIME & STYLEの2019年新作のオリジナルキャビネットシリーズ。写真は手すき和紙の障子戸が美しく光を透過する「Akari cabinet」。住宅はもちろん、宿泊施設や物販店、オフィスなどにも導入しやすい。サイズ：w1062×d450×h1685、w2196×d450×h1235、w2070×d450×h1685㎜。同シリーズには、コレクションを美しく陳列できる「Museum cabinet」や引き出しに工夫が凝らされた「Drawers for creative documents」など多彩な製品をそろえ、幅広いニーズに対応する。

TIME & STYLE
URL◎https://www.timeandstyle.com/　電話◎(03) 5413-3501
〔資料請求番号905〕

次世代ガルバリウム鋼板を採用した高機能カラー鋼板

「ニスクカラー Pro」は、原板に従来のガルバリウム鋼板の3倍超の耐食性を有する次世代ガルバリウム鋼板「エスジーエル」を採用し、塗膜に強化ポリエステル樹脂を採用した高機能カラー鋼板。全色に塗膜保証15年、一部色相に変退色保証15年を設けている。超低光沢で高級感のある外観の「GHシリーズ（9色）」、耐傷付性を向上させた「GCシリーズ（つや消し7色、つやあり18色）」をラインアップ。屋根材用には遮熱機能、外壁材用には耐汚染機能が付与されている。

日鉄鋼板
URL◎http://www.nisc-s.co.jp/　電話◎(03) 6848-3710
〔資料請求番号906〕

※価格は税別金額です

フレーム見付15㎜の外部用スリムフロント

昭和フロントの「外美(ソトミ)」は、方立・無目見付を15㎜に統一したフロントサッシ。見込は、方立100・150㎜、無目100㎜で、外部使用に耐え得る高い性能を実現。耐風圧性能はS-2等級、気密性能と水密性能においては最高基準のA-4等級、W-5等級を確保している。自動ドアを始めとする同社既存開口部商品の組み込みが可能なほか、既存のフロントサッシ「NL400」などと互換性があるので用途によって組み合わせて使用することもできる。複層ガラスにも対応可能。

昭和フロント
URL◎https://www.sfn.co.jp/
電話◎(03) 3293-6735
〔資料請求番号907〕

600グリッドのシステム天井に適合した建築照明

パナソニックの建築照明器具「SmartArchi」に、600グリッドのシステム天井を生かしつつ、自由なレイアウトができる「Square + Type」17品番を新たにラインアップ。あらかじめ設置されているシステム天井を張り替えることなく、照明器具を入れ替えるだけですっきりとした空間を実現する。1枚タイプ、2枚タイプ、ウォールウォッシャタイプを用意、それぞれ色温度は5000、4000、3500、3000Kを設定。価格：1枚タイプ60,000円、2枚タイプ90,000円、ウォールウォッシャタイプ53,000円。

パナソニック ライフソリューションズ社
URL◎http://www2.panasonic.biz/ls/lighting/smartarchi/
電話◎0120-878-709
〔資料請求番号908〕

1670万色の印刷技術を生かした「吸音壁貼パネル アートタイプ」

東京ブラインド工業のオフィス向け、住宅室内向けの「吸音壁貼パネル フェルトーン」シリーズに「アートタイプ」が新登場。同シリーズは吸音率が高く、音の反響を軽減するためオフィスや病院、公共施設で多く採用されている。新登場の「アートタイプ」は1670万色で鮮やかな色を再現できるため、イラストや写真データ、企業ロゴなどを印刷可能で、1枚からの受注生産にも対応。サイズ：450㎜角、900㎜角。価格：33,000円／枚(450㎜角)、88,000円／枚(900㎜角)。

東京ブラインド工業
URL◎http://www.tokyo-blinds.co.jp/　電話◎(03) 3443-7771
〔資料請求番号909〕

6m超の長さで存在感を放つダイニングテーブル

マルニ木工の2019年の新作「MALTA」は、深澤直人氏によるデザインの長さ6mを超える特大のダイニングテーブル。住宅だけでなく、オフィスやホテルダイニングでも人々の集いを演出してくれる。写真は2019年のミラノデザインウィークでの同社展示ブースの模様。3.2mの天板を2つ繋げ、6.4mの長さのテーブルに仕上げている。天板はオークとウォールナットの無垢材を用意。サイズ：w6400×d1150×h720㎜。価格：オーク2,360,000円、ウォールナット2,640,000円。

マルニ木工
URL◎http://www.maruni.com/jp/　電話◎(03) 3667-4021
〔資料請求番号910〕

内外装に使える超軽量な装飾部材

みはしのEPS(発泡スチロール)基材の超軽量な装飾部材「サンライトモール」。石目調や柚肌調などの下地塗装(7種類)の中からイメージに合うものを選び、更に仕上げ塗装を行うことで耐候性、耐久性に優れた内外装で使用可能な装飾部材となる。部材はモールディング、開口部ヘッド装飾材、ブラケットなどの豊富な種類とデザインをラインアップ。リーズナブルな価格で簡単にイメージアップができ、各種店舗や商業施設などを豪華に演出できる。

みはし
URL◎https://www.mihasi.co.jp/
電話◎(048) 464-0384
〔資料請求番号911〕

スポーツカーのコックピットを彷彿とさせる「MARCEL」

数多くの世界的アワードを受賞した建築家兼デザイナーのカルロ・コロンボ氏がデザインを手がけたラウンジチェア専用ブランド「HORIZON」。流線型の背もたれとシャープな脚部が近未来的な美しさを醸し出す「MARCEL」は、デザインのみならず機能性にもこだわった。リクライニング機能付きで長時間の着座でも身体に負担をかけず、背もたれの上部に膨らみを持たせ、頭をもたれた際の座り心地を高めている。サイズ：w790×d960×h1030(sh450)㎜、価格：580,000円。(オットマンは別売：180,000円)

MML
URL◎https://horizon.mmlproducts.com　電話◎(03) 6721-0160
〔資料請求番号912〕

TOPICS

※価格は税別金額です

排水粉砕圧送ポンプ一体型便器

「サニコンパクトプロ」は、粉砕機と排水圧送ポンプを内蔵し、排便後の洗浄の際に汚物とトイレットペーパーを粉砕して汚水を揚程3m、水平距離30mまで圧送できる便器。排水管はφ25㎜と細く、給水と100V電源を確保できれば、排水管の増設などの大掛かりな工事をすることなく任意の場所に水洗トイレを設置できる。タイプは、普通便座モデルと温水洗浄暖房便座付きモデルの2種。本体サイズ:w368×d555×h480㎜、価格:179,000・219,000円。

SFA Japan
URL◎http://www.sfa-japan.jp/　電話◎(03) 5623-3151
〔資料請求番号913〕

LED内蔵 薄型鏡照明リノベプラン

独自のLED照明製品を多くリリースする稲葉電機から、既存の鏡をLED内蔵の鏡照明へリノベーションを行う新たなプランがスタート。複合商業施設や公共施設、ホテルやレストランなどに設置されている鏡を明るく見やすいLED鏡照明にリノベーション可能。既存の鏡で顕在化している鏡照明の明るさ、設置場所などの問題に対応すべく、鏡一つから対応する新プランを始めた。設置状況をヒアリングし、最適な鏡照明を提案する。写真上:施工後/写真下:施工前。

稲葉電機
URL◎http://www.e-inb.com/　電話◎(0480) 42-2741
〔資料請求番号914〕

リヤドロの新しいライティングコレクション

リヤドロでは、オランダのマルセル・ワンダースとのコラボレーションによるライティングの新作コレクション「Nightbloom by Marcel Wanders」を発表した。そよ風にそっと揺れる可憐な花びらからインスピレーションを得て、自然の造形美を細部に至るまで表現している。つや消しの白いポーセリン(磁器)を透し、内側からの光によって美しい陰影をつくり出し柔らかな光を放つ。フロアランプ、テーブルランプ、ハンギングランプ(2種)、ウォールライトをラインアップ。2019年秋発売予定。

リヤドロジャパン
URL◎https://www.lladro.jp/　電話◎(03) 3569-3905
〔資料請求番号915〕

格天井のデザインに対応する軽量天井工法

エービーシー商会は、地震の二次災害を防ぐ軽量天井「かるてんabc天井システム」に、格天井(ごうてんじょう)のデザインに対応する「かるてんabcコファ」を追加した。従来のフラットな仕上がりに対し、変化のある天井デザインが可能なため、デザイン性を重視した空間への導入が期待される。パネル、ルーバーをブラックとホワイトの2色から組み合わせることができ、指定色にも対応する。材工設計価格は、26,000円/㎡(200㎡基準)、30,000円/㎡(50㎡基準)。

エービーシー商会
URL◎https://www.abc-t.co.jp　電話◎(03) 3507-7232
〔資料請求番号916〕

平田タイルの新しいタイル

平田タイルのタイルブランド、Hi-Ceramicsの新製品「レアルセ」は、繊細な装飾を施したアンティークのティンタイルをセラミックタイルで忠実に再現した内装用壁タイル。歴史を感じさせる風合いとレトロでクラシックなデザインが魅力。金属製では使用が難しい水まわりや店舗など、多様な用途で使用できる。カラーは3種類、柄は5種類(1ケースに22枚がランダムに梱包。パターン指定不可)。サイズ:200角×t7.4㎜、設計価格:6,800円/㎡。

平田タイル
URL◎http://www.hicera.jp/　電話◎(03) 5308-1130
〔資料請求番号917〕

エバーウォールから限定カラー「令和プラム色」発売

新元号「令和」と、2020年東京オリンピック/パラリンピックの開催を記念し、エバーウォールの「ダイアトーマス」シリーズに期間限定カラーが登場。梅の花を想わせるほんのりと淡いピンクにパールパウダーを配合し、輝かしい明日をイメージ。上質な質感と光沢感を再現。容量:18.5kg。施工可能面積:23〜25㎡。コテ塗り・ローラー塗り可能。なお、前月号P.249に掲載された同製品の名称が誤っておりました。正しくは「令和プラム色」です。お詫びして訂正いたします。

エバーウォールジェーピートレーディング
URL◎http://everwall.co.jp/　電話◎(054) 287-7123
〔資料請求番号918〕

挟土秀平氏監修による内装仕上げ材

四国化成工業の「JULUX(ジュラックス)」ブランドに、新たに内装仕上げ材「季の譜(ときのふ)」が加わった。現代を代表する左官である挟土秀平氏が監修を手がけており、伝統の聚楽壁をベースに、きめ細やかな梨地の肌と美しい発色で上質な空間を構成する壁面をつくりあげる。写真は「葡萄錆」「枯鼠」「落葉」「泥藤」「淡茶」の5色を組み合わせたもの。先の5色をあわせ全15色をそろえる。カタログではそれぞれの色にまつわる誌的な表現も掲載され、イメージがつかみやすくなっている。

四国化成工業
URL◎http://kenzai.shikoku.co.jp/　電話◎0120-212-459
〔資料請求番号919〕

プリント床材見本帳「GRAFICA vol.2」発刊

サンゲツは、鮮やかな発色と自由な柄表現が可能になる、コンピュータージェットプリント床材新作見本帳「GRAFICA vol.2」を発刊した。カーペットタイル「DT」や「NT」との組み合わせを施工例写真付きで多数紹介。写真は「グラフィカ×DT」GC-6001の施工例。また、オリジナルデザインや色でカーペットを作成する「カスタムオーダーシステム」も用意し、アミューズメント施設やホテル、オフィスなどのデザイン性が求められる物件をグラフィカルでオリジナリティーあふれる空間に仕上げる。

サンゲツ
URL◎https://www.sangetsu.co.jp/　電話◎(052)564-3314
〔資料請求番号920〕

窓用収納スクリーン「メタコプリーツシェード」

メタコから障子の使い勝手とプリーツ網戸の利便性を兼ね備えた窓用収納スクリーンが新発売。内窓のように既存のサッシに設置でき、日本の建築様式に合わせて小さい窓から標準の開口部まで対応可能。プリーツシェードは格子が無いため差し込む光を遮らず、和紙を通したような柔らかい光を空間に運ぶ。紫外線遮蔽率は97%で室内への紫外線による影響も最小に抑え、耐光堅牢度も4級以上。カラーは白、生成、抹茶の3色展開。

メタコ
URL◎http://www.metaco.tokyo　電話◎(03)3479-7696
〔資料請求番号921〕

FONTE TRADING「BATHROOM COLLECTION」発刊

オリジナルブランド「Bagni」を取り扱う水まわり機器メーカー、FONTE TRADINGが新カタログ「BATHROOM COLLECTION 2019-2020」を発刊した。新製品として置型バスタブや石製洗面器、人造大理石製の洗面器が多数追加された。昨今の高まる需要を踏まえ、ホテルライクなラインアップも充実しており、デザイナーやユーザーのさまざまな要望に応じてトータルコーディネートが可能。美しい施工事例写真も数多く掲載している。

フォンテトレーディング
URL◎https://www.fonte-trading.com/　電話◎(03)6417-3557
〔資料請求番号922〕

グローベンのエクステリア製品新カタログ発刊

造園、景観資材のメーカーであるグローベンの新カタログ「庭演カタログ2019-2020」が発刊された。日本の伝統的な文化や技術を踏襲しながら、現代の空間にも合う新しい和風スタイルを提案している。新製品としては、複層合成木材「PLAD(プラド)」フェンスシリーズや、高級天然銘竹をリアルに再現した「リアルフィットMON」、人工竹で流しそうめんが楽しめる「涼水竹セット」などを掲載。多彩なバリエーションの製品群をそろえ、オリジナリティーあふれるカタログに仕上がっている。

グローベン
URL◎http://www.globen.co.jp　電話◎(052)829-0800
〔資料請求番号923〕

イビケンの新しいメラミン化粧板見本帳

店舗や公共施設の天板や什器に欠かせないメラミン化粧板。イビケンの新しい見本帳「イビメラミン化粧板2019-21」は、トレンドの新柄や和材コーナーをはじめ、トレンド柄47点、コーディネート柄68点を追加し、より店舗に取り入れやすいラインアップとなった。また、サンゲツの粘着剤付化粧フィルム「REATEC(リアテック)」との同柄をそろえ、空間全体のコーディネートがしやすくなった。「REATEC」の同柄は、見本帳から簡単に検索ができるようになっている。

イビケン
URL◎https://ibiboard.jp/　電話◎(0584)74-3916
〔資料請求番号924〕

TOPICS

※価格は税別金額です

第26回空間デザイン・コンペティション応募受付開始

日本電気硝子主催による「第26回空間デザイン・コンペティション」の応募受付が始まった。課題は「2050年のガラス空間」とし、広くアイデアを募集する。賞金総額は170万円、最優秀賞は賞金100万円を進呈する。作品サイズはA2サイズ(420×594㎜)・JPEG形式・5MB以内のデータとする。審査員は千葉学氏、原田真宏氏、羽鳥達也氏、岸本暁氏、コーディネーターは五十嵐太郎氏が務める。応募締切は2019年10月7日(月)16時まで。下記コンペ特設サイトから登録および応募が可能。

空間デザイン・コンペティション事務局
URL◎https://www.kenchiku.co.jp/neg2019　電話◎(03) 5244-9335
〔資料請求番号925〕

「omoio 2019年度版製品カタログ」発刊

建築資材の総合商社の水上は、施設用育児用品ブランド、omoio(オモイオ)の総合カタログ「omoio 2019年度版製品カタログ」を発刊した。新製品として「キッズ洗面台」シリーズや、「富士の湧水ウォーターサーバー」をはじめ、トイレスペースやベビールーム、キッズスペースなどで必要な不可欠なさまざまな製品を掲載。より魅力的な店舗、施設づくりに役立つラインアップとなっている。A4判46ページ。同社は今年4月に社名を水上金属から水上に変更した。

水上　オモイオ事業部
URL◎https://www.omoio.jp/　電話◎(06) 6211-1179
〔資料請求番号926〕

総合カタログ「Hi-Ceramics 2019-2020」発刊

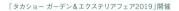
今年4月に創業100周年を迎えた平田タイルは、イタリアをはじめヨーロッパのインテリアトレンドを取り入れたタイルブランド、Hi-Ceramicis(ハイセラミクス)の総合カタログ「Hi-Ceramics 2019-2020」を発刊した。同ブランドは今年で創立30周年を迎え、本カタログにはブランドの根幹となり親しまれてきた代表的な製品のアーカイブやブランドメッセージなども掲載している。191シリーズ、全809アイテムを掲載。全448ページ、A4変形判。

平田タイル
URL◎http://www.hicera.jp/
電話◎(03) 5308-1130
〔資料請求番号927〕

照明総合カタログ「YAMAGIWA LIGHTING 2019-2020」

YAMAGIWAの新しい総合カタログが発刊され、今回新たにスペインとハンガリーから5ブランドの取り扱いが始まった。スペインの「estiluz(エスティルース)」は、近年関心が高まっている吸音効果を備えたアコースティック照明。そのほか、施設用では超高演色VIOLEDを採用したミュージアムスポット、屋外向けでは暖色・寒色の色調整可能なフルカラーLEDを採用した水中照明などYAMAGIWA独自開発の器具をはじめ、多数のラインアップをそろえ掲載している。

YAMAGIWA
URL◎https://www.yamagiwa.co.jp/catalog/2019-2020/
電話◎(03) 6741-5800
〔資料請求番号928〕

「タカショー ガーデン&エクステリアフェア2019」開催

タカショーは、7月25日(木)～26日(金)に東京・大田区の東京流通センターで、「タカショー ガーデン&エクステリアフェア2019」を開催する。「住まい方改革 暮らしを彩るガーデン&エクステリアの新時代」をテーマに、「ガーデン」「エクステリア」「コントラクト」の3つのセグメントの製品を多数展示。さまざまなシーンで活躍するガーデン&エクステリアの新製品、新サービスを提案する。招待状は下記URLから入手可能。開催時間は9：30～17：30(26日は16：30)。

タカショー
URL◎http://takasho.co.jp/tgef2019
電話◎(073) 482-4128

第65回アイカ現代建築セミナー開催

建築家のMA Yansong氏(MAD Architects)を迎え、テーマを「近作について」とし、セミナーを開催する。東京会場：2019年9月24日(火)18：30～20：00メルパルクホール(東京都港区芝公園2-5-20)。大阪会場：2019年9月26日(木)18：30～20：00大阪国際会議場メインホール(大阪市北区中之島5-3-51)。いずれも申し込み制・入場無料(応募者多数の場合は抽選)。申し込みは2019年7月31日(水)18時まで。参加申し込みは下記のホームページより。

アイカ現代建築セミナー実行委員会事務局
URL◎http://www.aica.co.jp/seminar/
電話◎(03) 5244-9335

ハンスグローエのショールームがリニューアルオープン

1901年の創業以来、宿泊施設や住宅などで幅広く採用されているドイツの水栓・シャワーメーカー、ハンスグローエの東京ショールームがリニューアルオープンした。面積を約2倍に拡充し、取り扱う2つのブランド「hansgrohe」（写真左）と「AXOR」（写真右）のスペースを分け、それぞれの世界観を丁寧に展示している。更に、吐水設備も新設し実際の使い心地を体感できる。また、ラボを併設し、さまざまな水圧での吐水試験など、カタログではわからない情報を提供する。

ショールームデータ
住所◎東京都品川区東品川2-2-4　天王洲ファーストタワー2階
電話◎(03) 5715-3074
営業時間◎10：00～17：00(予約制)
定休日◎日曜、祝日
URL◎http://www.hansgrohe.co.jp

菊川工業がサンプル室「Studio K+」を開設

建築物の金属製内外装工事を手がける菊川工業は、蓄積してきたノウハウや加工技術、仕上げを集約した、初のショールーム機能を備えたサンプル室「Studio K+(スタジオ・ケー・プラス)」を千葉県の同社工場内にオープンした。サンプル室内では、扉や棚など、随所に同社の設計・加工技術力を見ることができるほか、外部公表が難しい施工事例や技術サンプル、門外不出の製品製作過程のビデオなどが展示され、槌目加工の体験もできる。常設のデスクやパソコンも用意され、アイデアの実現・製作可否判定、新しい仕上げや技術の開発や検討も行なえる。

ショールームデータ
住所◎千葉県白井市中98-15
電話◎(03) 3634-3231
営業時間◎10：00～17：00(予約制)
定休日◎土・日曜、祝日
URL◎https://www.kikukawa.com/

vol.55 ヘアサロン向け設備

顧客の快適性を高め、スタッフの確かな施術を支える設備機器を紹介します

ビューティガレージ 【カフェラウンジ】スタイリングチェアCOAST

飽きのこないフォルムのシンプルカジュアルな雰囲気のスタイリングチェア。メンテナンス性に優れるクッションファブリックは、デニム調レザー（写真）のほかアッシュダークブラウン、アッシュグレーを用意。適度に反発があるウレタンを採用したクッションは自然な姿勢を保持しやすい形状で長時間の施術にも疲れにくい。アーム&フットレストは、アッシュ天然木を採用。5本脚と丸盤タイプの全8種を用意したベースは、新設計タイプで耐久性、信頼性に優れる。サイズ：w545×d850×h870〜980（sh530〜640）㎜、価格：44,500円〜。

ビューティガレージ
URL◎https://www.beautygarage.jp/　電話◎0120-974-554
〔資料請求番号851〕

マテリ ファブリス

ヘアサロン向けスタイリングチェア「ファブリス」は、織物調レザーを包み込むように張り込んだ布団張り縫製シートや、無垢材をろくろ状に削り出したデコラティブな肘部支柱が特長。上品な雰囲気を醸し出しながらも際立つ存在感で、シャビーシックやモダン、カジュアルアンティークなど、さまざまなスタイルのサロン空間を優雅に演出する。昇降式のベースポンプはファイブスターと丸型（黒塗装タイプもあり）。サイズ：w600×d965×h815（sh490〜630）㎜、価格：42,800円〜。

マテリ
URL◎https://www.mateli.jp/　電話◎0120-83-8720
〔資料請求番号852〕

タカラベルモント SUITE COLLECTION

「SUITE COLLECTION」は、施術中の“リラクゼーションスタイル”を実現するスタイリングチェア。従来のチェアのランバーやシートの角度を新たに見直すことで、施術性をキープしながら、腰から足元まで広くサポートする画期的な構造を実現した。自然とくつろげる姿勢が、今までにない快適性を生み出し、サロンでの“特別”な時間を演出する。バリエーションは、写真の「CHOCO SUITE（チョコスイート）」のほか、カジュアルで明るいリゾートテイストの「r.a.f SUITE（ラフスイート）」、シンプルでラグジュアリーなデザインの「SOFA SUITE（ソファスイート）」がそろう。

タカラベルモント
URL◎https://www.tb-net.jp/suite_collection/　電話◎0120-596-348
〔資料請求番号853〕

タカラベルモント YUME SUITE

「YUME SUITE(ユメ スイート)」は、これまでのYUMEシリーズの快適機能と技術者の使いやすさを受け継ぎつつ、心地良さを追求したシャンプー／ヘッドスパ機器。快適な寝心地とリラックス感のあるデザインによって、長時間の施術でも快適に過ごせる。レッグレストはフルフラットになり、ヒーターはレッグレスト部に加えて、肩口にも標準搭載。長時間のスパでも寒くならず、心地よい眠りをもたらす。張り地のレザーは、ファブリックのように滑らかでマットな質感の新開発ウレタンレザー4色を用意した。

タカラベルモント
URL◎https://www.tb-net.jp/yume_suite/
電話◎0120-596-348
〔資料請求番号854〕

大広製作所 癒しシリーズ

“人にやさしい形状”を追求したシャンプーチェア。リクライニング時の衣服のズレや背中のつっぱりなど不快感を解消するインナーグラインドシステムや、シート位置を前後・上下に微調整し、顧客を快適なシャンプーポジションに導くシートアークスライドシステムを装備することで、ヘッドスパ施術時の快適性を高めている。また、最低初高値が430㎜で座り降りが容易なほか、オプションのシートヒーターも用意されている。タイプはベーシック2種、ハイグレード2種、プレミアム1種の全5タイプを用意。写真はベーシックタイプの「SR-750α」。

大広製作所
URL◎https://www.oohiro.ws/
電話◎0120-0076-39
〔資料請求番号855〕

2019年7月1日発行 毎月1回1日発行 第64巻第7号 通巻799号 発行所：株式会社商店建築社 問い合わせ先 愛読者様専用電話(03)3363-5910 販売部(03)3363-5770 広告部(03)3363-5760 編集部(03)3363-5740

定価2,100円 本体1,944円

雑誌 04465-07

4910044650795
01944